



RÍO NEGRO  
UNIVERSIDAD NACIONAL  
Sede Andina

# **TRABAJO FINAL DE LICENCIATURA**

Marcia B. Villalba & Melanie T. Alvarez

Directora de TFL Monica Muñoz

06/2021

## MARCO TEÓRICO

El siguiente Trabajo Final de Licenciatura se presenta como “Biblia Transmedia Hijas de la Luna”, este proyecto nace desde una idea que se convierte en DPA para luego finalizar su recorrido como Press Book <sup>1</sup>en Mercados Audiovisuales. <sup>2</sup>

En un principio pretendía ser solamente una miniserie de género fantástico, entendemos nuestro contexto social actual y por ende la evolución del proyecto hacia la transmedialidad era inevitable. Desde nuestro lema ya se desprendía esa idea, “Solo la magia ancestral salvará **el mundo**”, el pequeño comienzo termina siendo un proyecto transmedia de género fantástico, el cual se desarrolla desde el área de dirección y producción de proyectos audiovisuales pensados para plataformas OTT <sup>3</sup>y su venta en mercados audiovisuales.

Para el avances de la construcción metodológica y teórica debemos entender que *“Se denomina relato a la narración desarrollada para transmitir información de diferentes sucesos. Fantástico, por su parte, es aquello vinculado a la fantasía (el producto de la imaginación que no está anclado en la realidad)”* (Julián Pérez Porto y María Merino. Publicado: 2014. Actualizado: 2016.)

Un relato fantástico, de este modo, narra acontecimientos de características sobrenaturales y/o es protagonizado por seres que carecen de existencia en el mundo real. Estos relatos, por lo tanto, siempre pertenecen al terreno de la ficción.

El desarrollo de un proyecto transmedia se delimita principalmente como DPA. *“Pablo del Teso (2011) dice “Concebimos al DPA como el conjunto de procesos sistematizados según ciertos estándares, que se realizan en una etapa previa a la pre-producción y cuyo resultado es la concreción de una carpeta de desarrollo del proyecto que contiene todos los documentos necesarios para presentar el proyecto ante inversores, talentos, fondos de ayuda, etc.”*

---

<sup>1</sup> Un press kit, procedente del inglés, significa kit de prensa y hace referencia a una serie de archivos, agrupados en una carpeta, que hablan más a fondo de tu proyecto, en este caso digamos de tu película. En Estados Unidos y Latinoamérica este término es muy utilizado, mientras que en España y Reino Unido se utiliza más comúnmente press book, que significa exactamente lo mismo. Estos archivos se utilizan para ilustrar las publicaciones en los medios de comunicación y complementar la información básica del film, incluyendo datos y emplazamiento del rodaje, la bio del director, actores y otros datos que puedan interesar al público en general. El press book es una herramienta de promoción muy interesante y sin la cual puedes correr el riesgo de perder oportunidades de ser mencionado en los medios de comunicación. <https://www.rosscammm.com/es/que-es-un-press-kit-o-press-book/>

<sup>2</sup> “Llamamos mercado audiovisual o cadena distributiva a las diferentes formas de explotación de un film por su exhibición” Pablo del Teso.

<sup>3</sup> Las plataformas OTT, son aplicaciones que ofrecen contenido de video a través de internet en lugar de televisión por cable o satélite (la forma tradicional). Permiten transmitir instantáneamente vídeos en dispositivos móviles (Smartphones y tablets), web y televisores que utilizan dispositivos como Chromecast, AppleTV y Amazon Fire TV, así como SmartTVs.” (Megamedia (2020) <https://megamedia.es/producto-digital/plataformas-ott/>)

En el desarrollo de proyectos podemos identificar tres etapas:

**El pre-desarrollo:** Es la etapa previa al desarrollo propiamente dicho. En esta etapa, organizamos y conseguimos los recursos necesarios para desarrollar un proyecto: El armado del equipo de desarrollo (recursos humanos) y búsqueda de financiamiento (recursos de capital y trabajo).

**El desarrollo:** Una vez que tenemos los recursos para desarrollar un proyecto, ponemos en marcha el desarrollo propiamente dicho. Aquí, comienzan a funcionar: primero, los procesos conceptuales, el guión y/o luego el desarrollo estético, mientras en paralelo con los anteriores, los procesos de negocios.

**El post-desarrollo:** Comienza cuando ya tenemos desarrollado el proyecto y hemos armado una carpeta de desarrollo –PressBook–. Con esta carpeta buscamos recursos para la producción o venta del film.

Según Pablo del Teso *“en el que hacer cinematográfico, si nos sentamos a pensar, priorizar, definir un plan y ejecutarlo, tenemos más posibilidades de que el resultado sea positivo, que, si encaramos las tareas en forma aleatoria o desordenada, sin una clara planificación ni una ejecución racional.”*

Teniendo en cuenta las etapas que constituyen al DPA y la importancia del desarrollo de la historia con un análisis de mercado comprendemos que la presentación adecuada para este proyecto es en un formato de biblia transmedia<sup>4</sup>. Ya que nos permite expandirnos tanto en los relatos dentro del transmedia como en la funcionalidad de los mismos en el mercado audiovisual teniendo en cuenta nuestra audiencia y prod usuarios/prosumidores<sup>5</sup>.

*“El concepto de narrativa transmedia (transmedia storytelling) fue introducido por Henry Jenkins en un artículo publicado en enero del 2003 en Technology Review, la revista del MIT de Boston [Jenkins 2003]. Podemos decir que una narrativa transmedia tiene dos rasgos que la caracterizan: expansión narrativa y cultura participativa” [Scolari 2013].*

---

<sup>4</sup> La 'Biblia Transmedia de la Producción' es, ante todo, un documento que recoge los elementos narrativos y de diseño claves en las propiedades intelectuales, las reglas de engagement, las funcionalidades y diferentes técnicas a través de múltiples plataformas, y una visión general del plan de negocio/marketing. Carlos Scolari.

<sup>5</sup> Prosumidor es un neologismo nacido en la era de la Web 2.0, que hace referencia a un nuevo individuo de la cultura actual, inmerso en las redes sociales que convive con la era de Internet// Prosumidor es un consumidor que participa en el proceso de diseño de los servicios o productos consumidos y que ha encontrado en el mercado digital el ambiente perfecto para desarrollarse.

*“Por una parte, una narrativa transmedia es un relato que se cuenta a través de múltiples medios y plataformas pero las narrativas transmedia también se caracterizan por otro componente: una parte de los lectores no se limita a consumir el producto cultural sino que se propone ampliar su mundo narrativo con nuevas piezas textuales. Dicho en otras palabras: la expansión de un universo narrativo deja de ser patrimonio de su creador. Si ese mundo entusiasma a sus lectores y genera una comunidad de fans, no tardarán en aparecer nuevos relatos en Fanfiction.net, en la plataforma Wattpad o en YouTube.” (hipermediaciones.com, 2017)*

Según las citas anteriores sobre los universos y narrativas transmedia, entendemos que es crucial poder contar con una visión de mercado desde el inicio de la construcción narrativa y conceptual de un proyecto audiovisual. Ya que así podremos aplicar datos cuantitativos en el hacer creativo, para ampliar sus posibilidades de venta. Tomamos esta siguiente cita como motivación para el desarrollo de la biblia.

*“El marketing no inicia con el rodaje de la película, sino con la idea. Esa es una de las particularidades de un buen marketing. En cualquier empresa se debe hacer un estudio de mercado y fabricar los productos en función de lo que los clientes necesitan y desean. En el cine, se venden ideas, sueños, experiencias. De modo que hay que adelantarse a lo que el público quiere. Y después de que la idea ha nacido, hay que lograr que el público lo desee intensamente, crear expectativa.” (LUIS CIFUENTES (2018) (Lic. en Marketing) Entrevista para Revista Estrella)*

## **Metodología de Trabajo**

En materia de audiovisual, se pueden reconocer dos grandes roles que transitan juntos desde la idea hasta la venta y/o exhibición del material, en este caso, una biblia transmedia.

Estos roles, muy nombrados pero poco conocidos en la especificidad de su trabajo son: Dirección y Producción.

Entendemos que en el campo audiovisual hay distintos tipos de productores y directores, en el caso del desarrollo de una biblia transmedia nos encontramos con un productor financiero y un director de proyecto.

El productor financiero es quien busca los fondos tanto públicos como privados, sea en dinero, especies o asociativos. Hace las evaluaciones de mercado y posibilidades de inserción en él, además tenemos en cuenta que “la función primaria de un productor, es ser el intérprete de los deseos del público, es decir, buscar el interés latente al cual se dirigirá el producto audiovisual” Jose Jacoste Quesada.

“Un director de proyectos es un experto que posee habilidades, herramientas de gestión de proyectos, técnicas y conocimientos suficientes para incrementar las posibilidades de éxito de cualquier proyecto.... Durante la gestión de proyectos, el director de proyectos o Project Manager es la persona que tiene la responsabilidad general de definir correctamente las estrategias de iniciación, planificación, diseño, ejecución, seguimiento, control y cierre de un proyecto.”

La metodología es clara, sin el diálogo entre dirección y producción no hay proyecto, por lo que entendemos que es importante la retroalimentación de estos roles y áreas en cada una de las etapas para asegurar el éxito del proyecto.

### **Conclusión**

Teniendo en cuenta que parte de una conclusión es poder reflexionar sobre el hacer, en el recorrido de todo este proyecto nos dimos cuenta que nuestra conclusión podría reflejarse en una línea “Las ideas son mejores y pueden transformarse si se dialoga en equipo”.

Desde el comienzo, esta idea se propuso desde el área de dirección como una película, pero luego con el avance del proyecto y la suma del área de producción al equipo, esta película se transformó en una serie, al generar un intercambio de conocimientos y revisar cada una de las líneas del proyecto. El equipo entendió que la base para poder generar un universo transmedia estaba en el lema y la premisa, que al ser tan claros y sintéticos nos permiten la materialización de este universo llamado “Hijas de la Luna”. Concluimos entonces que la producción, el análisis de mercado, la dirección, la historia y el concepto, son el eje esencial para el desarrollo de un proyecto audiovisual.



**BIBLIA TRANSMEDIA**  
**HIJAS DE LA LUNA**

**“Diseño y desarrollo de proyectos para plataformas OTT”** por Marcia Villalba  
**“Desarrollo e investigación del Mercado Audiovisual para ventas en plataformas  
OTT”** por Melanie Alvarez

## **DERECHOS**

Marcia Villalba directora y Melanie Alvarez productora de Hijas de la Luna, conservan los derechos de la biblia transmedia patentados en Derecho Nacional de Autor de la República Argentina.

El derecho de propiedad intelectual se encuentra a nombre de Marcia Villalba en un 60% y a nombre de Melanie Alvarez en un 40% del total de la obra.

En caso de venderse, cada uno de los propietarios de la obra seguirá siendo dueño de un 10% del proyecto y por ello también será dueño del 10% de la retribución económica, este porcentaje puede modificarse al acceder a contratar a uno de los propietarios para el desarrollo final del proyecto.

Queda por escrito que una copia del desarrollo de la Biblia Transmedia Hijas de la Luna tanto como su Pressbook debe quedar para la carrera Licenciatura en Diseño Artístico Audiovisual, Universidad Nacional de Río Negro Patagonia Argentina, todos los alumnos podrán acceder libremente a este contenido como modo de ejemplo.

**En caso de copia, plagio o mal uso del material se tomarán acciones legales.**

## Índice

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>12</b>
--------------------------	-----------

### HISTORIA DE FONDO Y CONTEXTO

Cosmovisión/Mitología.....	13
El Secreto de la Luna.....	15
Contexto.....	16
Locaciones.....	16

### SINOPSIS

Sinopsis del universo.....	18
Sinopsis de la Serie.....	18
Sinopsis temporada 1.....	18
Sinopsis Temporada 2.....	18
Sinopsis temporada 3.....	18
Sinopsis de la Película.....	19

### LÍNEAS DE TIEMPO

Línea de la Historia.....	19
Línea de Producción.....	19

### PERSONAJES

Naomi.....	21
Aremi.....	23
Nandi.....	25
Nina.....	27
Analu.....	29

<b>Aluen.....</b>	<b>30</b>
<b>Sure.....</b>	<b>32</b>
<b>Ming Ue.....</b>	<b>33</b>
<b>Aka.....</b>	<b>35</b>
<b>Min.....</b>	<b>36</b>
<b>DESARROLLO LITERARIO.....</b>	<b>37</b>
<b>Sinopsis Episodios temporada 1.....</b>	<b>37</b>
<b>Continuidad.....</b>	<b>38</b>
<b>COMENTARIOS DE DIRECTOR.....</b>	<b>42</b>
<b>ESCENARIOS CENTRADOS PARA EL USUARIO.....</b>	<b>43</b>
<b>Usuario Ideal "El Fandom".....</b>	<b>44</b>
<b>Usuario "Cinéfilo".....</b>	<b>45</b>
<b>Usuario "Gamer".....</b>	<b>46</b>
<b>FORMULARIO MULTIPLATAFORMA.....</b>	<b>46</b>
<b>Plataformas OTT.....</b>	<b>46</b>
<b>Serie.....</b>	<b>46</b>
<b>Película.....</b>	<b>46</b>
<b>Marketing and Merchandising.....</b>	<b>47</b>
<b>Juego.....</b>	<b>48</b>
<b>PIATAFORMAS Y CANALES.....</b>	<b>48</b>
<b>Redes sociales y gamificación.....</b>	<b>49</b>
<b>VIAJE DEL ESPECTADOR.....</b>	<b>51</b>

<b>INTERFAZ Y MARCA.....</b>	<b>51</b>
<b>Metas.....</b>	<b>52</b>
<b>Indicadores de Éxito.....</b>	<b>53</b>
<b>Necesidad el Usuario.....</b>	<b>53</b>
<b>PÚBLICO OBJETIVO Y MARKETING.....</b>	<b>55</b>
<b>MODELO DE NEGOCIO.....</b>	<b>57</b>
<b>Modelo de Negocio CANVA.....</b>	<b>61</b>
<b>Proyección Económica.....</b>	<b>62</b>
<b>DERECHOS DE AUTOR, PROPIEDAD INTELECTUAL Y LICENCIAS.....</b>	<b>66</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>67</b>
<b>ANEXO.....</b>	<b>70</b>

## INTRODUCCIÓN

### **Título**

Hijas de la Luna

### **Tema**

Magia Ancestral

### **Tagline**

La magia ancestral salvará al mundo.

### **Slogan del Proyecto**

Conecta con tu magia ancestral.

### **Género Aglutinante**

Baja Fantasía

**Géneros:** Aventura / alta fantasía / drama / ciencia ficción.

**Palabras clave:** Pueblos originarios / Luna / medioambiente / utópico / inclusivo/ sociedad /

**Proyecto Transmedia:** El proyecto Hijas de la Luna se expande en las narrativas desde el género fantástico. Su estructura general está basada en la Luna como diosa ancestral, así conectando con los pueblos originarios a lo largo de la historia.

La versatilidad del universo está compuesta por cuántas hijas de la luna queremos desarrollar. El sistema del universo sostiene líneas estéticas claras que puede visualizarse al aglutinar todos los pueblos originarios que se deseen representar en el mismo contexto social del año 2020, bajo la misma premisa que los mueve como grupos sociales activos en la defensa del medio ambiente y la resistencia al poder.

**Objetivo general:** Desarrollar el género alta fantasía ligado a pueblos originarios.

Intentando mirar desde una perspectiva audiovisual y compositiva contemporánea, pero buscando encontrar la forma de unir cosmovisiones originarias con nuestras herencias culturales desde una imagen visual atractiva y factible dentro del mercado actual.

## HISTORIA Y CONTEXTO

### a. Cosmovisión/Mitología

En el principio de los tiempos, existía otro planeta cerca de la tierra. TEA, el cual era más o menos del tamaño de Marte, este planeta se formó aproximadamente en la misma órbita de la tierra, pero 60º por delante.

En TEA habitaban no más de unos miles de seres en conexión plena con su energía y la del planeta, pero la ambición de poder de algunos los llevó a buscar en lo profundo del planeta por la energía vital más sagrada, los más poderosos creían que accediendo a la energía vital y absorbiendo parte de ella podrían viajar por el cosmos.

Estas acciones desestabilizan el planeta, generando que este se volviera inestable por la pérdida gradual de energía, generando que la fuerza gravitacional terminará impulsando a Tea fuera de su órbita. La sociedad ante la inminente colisión con el planeta Tierra, entregó su energía vital a Tea, cientos morían para renacer en el centro de todo, como uno solo. Entregando su energía vital, su vida a cambio de recuperar la madre de la vida. A cambio de seguir vivos en otro plano, de otras forma.

Cuando Tea colisionó con la tierra, los pocos que aún seguían vivos se unieron al centro de todo y el planeta quedó varado girando en torno a la tierra, desolado, muerto.

Casi 20 millones de años después, Tea despertó, esta vez como una sola, observando a la tierra desde la distancia. Comprendiendo su nuevo ser, su cosmos, su poder, su energía. Comprendiendo el hecho de ser todos y uno, de ser dios, todo esto mientras frente a sus ojos veía a la tierra crecer, evolucionar.

Al principio con los neandertales Tea se paseaba entre ellos como un ángel, con la llegada del homosapiens se ocultaba entre ellos y los ayudaba a cultivar la tierra, Tea quería enseñarles sobre la energía vital, pero no quería que cometieran los mismos errores de otros tiempos. Ella enseñaba medicina, astronomía, agricultura y ritos, pero lo más importante, el camino a la energía vital de la tierra y la conexión del humano con la misma. Mientras más pasaba con ellos más entendía que ahora ya no era Tea, era La Luna, la gran guía espiritual y ese era su destino.

Con la llegada de las sociedades organizadas, los humanos comenzaron a alejarse poco a poco de la conexión plena que tenían cuando vivían en armonía pura con la tierra, algunos siguieron sosteniendo sus costumbres y re-adaptándose al paso del tiempo, pero la llegada de la urbanización alejó a muchos del campo y los llevó a las ciudades, donde olvidaron el valor del contacto con los dioses ancestrales.

Los humanos comenzaron a olvidar y explotar los recursos de los Dioses. Falsos dogmas imperialistas se levantaron contra los pueblos que adoraban la Luna, los exterminaron, esclavizaron, acusándolos de herejes. Quienes no entendían mucho sobre creencias, por miedo se alejaron de sus herencias culturales y trataron de callar el llamado de Los Dioses ancestrales, rezando a falsos dioses, callando el llamado del universo.

La Luna y las estrellas decidieron solo observar, ya que sus intentos sólo ponían en peligro a los pueblos que aún creían en ellas. El conocimiento dejó de llegar de los dioses y los que aún recordaban lo contaban como mitos o leyendas, de que en algún tiempo los dioses vivían con los humanos y los conectaban con la energía vital.

Los pueblos que huyeron en el último llamado de la tierra, fueron tan profundo en la selva que no se sabe de su existencia y otros están tan cerca nuestro que no podemos verlos. Ellos son los guardianes de la Luna y tienen un templo oculto ante los ojos de todos, allí entrenan artes marciales mixtas y tecnológicas, aprenden sobre agricultura, astronomía, astrología, ciencias, psicología, idiomas, Artes mixtas, y sobre todo aprenden sobre el control de la energía vital y su conexión con ella.

Pero el humano “moderno” mientras más avanzaba más se olvidaba el valor de la tierra, de los dioses y para cuando llegaron las grandes guerras, y el poder comenzó a despedazar a los pueblos inocentes, la Luna no soporto más y entregó a la tierra una parte de su energía, para engendrar a sus hijas. Almas que correrán por la tierra, nadarán en el mar y olerán las flores. Controlarán la energía vital y los elementos, niñas con poderes únicos que serán criadas por los mejores chamanes ancestrales, aprenderán del amor, la tristeza, el dolor y la magia ancestral, niñas que cambiarán el desastroso curso de la tierra.

La Luna envió su primera niña, en 1914 a un pueblo judío, la Luna pensó que tal vez despertaría la fe en ellos, pero los alemanes al ver sus capacidades especiales, experimentaron con la niña, hasta convertirla en un ser de oscuridad, la joven, escapó a los confines de la tierra en una oscuridad tan plena, que ni la luna pudo encontrarla.

La Luna, estaba tan triste de ver a su hija corrompida por el mundo que decidió mantenerse alejada de la tierra, con la esperanza de encontrar a su hija rebelde y limpiar su alma nuevamente. Pero cuando pudo verla entendió que estaba sola, que no era lo suficientemente fuerte para un mundo tan corrompido. Por lo que luego de mucho meditar, 13 años después decidió enviar a Aremi para ayudar a Naomi a reencontrar el camino a casa, pero no fue suficiente. Por lo que la Luna llevó a Aremi al templo para ser entrenada mientras la diosa se mantuvo en silencio por 60 años hasta que comenzaron a nacer 8 niñas, pero esta vez nacía una niña por año. Mientras los humanos se reproducen demasiado rápido, arrasan con bosques y ríos, destrozando todo a su paso, estableciéndose en grandes conglomerados. Las niñas van creciendo y dominando sus poderes y los seres ancestrales que aún habitan la tierra ocultos en los poblados más alejados sobre las montañas y el mar, están despertando a la espera de la llegada de la hija de la LUNA.

### **The Moon Secret: Min the son of the moon and stars.**

Cientos de años antes de que los humanos poblaran la tierra, la Luna se sentía sola por lo que habló con las estrellas quienes la ayudaron con su energía, para que pudiera ser madre. La fusión energética de los astros generó un pequeño chispazo que dio vida a Min.

Min nació con su piel de color azul, con el corazón de la luna y la energía de las estrellas en sus venas. Min se crió jugando con las estrellas, visitando cientos de planetas y civilizaciones. Min se convirtió en el Dios más joven y más amado por el universo. Pero no todos pensaban que era un buen candidato, ya que la ira del joven dios podía causar estragos por su falta de control.

Con el tiempo el joven Dios se enamoró de una joven princesa del planeta Zep, Roha era su princesa. En Zep se forjaban las espadas de los dioses, eran bendecidos con abundancia y salud, un pueblo feliz y simple en plena conexión con sus Dioses.

Pits era el Rey, padre de Roha quien no aprobaba que la joven princesa estuviera con un Dios tan joven e inexperto pero los enamorados no harían caso al Rey y se casarían a escondidas. Juntos huyeron de Zep a un planeta deshabitado para juntos formar su propio hogar. Pitz enfurecido convocó a los dioses más antiguos quienes castigaron a Min por embarazar a la hija de un Rey sin su permiso, Pits utilizó todos sus privilegios y ofreció armas aún más poderosas a los Dioses para detener ese mestizaje.

Roha estaba embarazada de los gemelos de Min, durante el parto Min intentó sostener las maldiciones de los dioses pero no era lo suficientemente fuerte, incluso la luna y las estrellas estuvieron allí intentando cuidar de los cuatro. Pero el pacto que había hecho Pitz era horripilante, su hija moriría dando a luz y Min vería a toda su descendencia morir frente a sus ojos, a cambio Pitz forjaría armas para los dioses con estrellas y el poder de los agujeros negros. La luna se debilitó tanto que cayó rendida y las estrellas murieron soportando la ira de los Dioses, Min intentó usar todo su poder pero Roha estaba muriendo. Con lo último de sus fuerzas la Luna ayudó a Roha a parir a los gemelos pero los niños ya estaban muertos. Min gritó tan fuerte que el universo entero supo de su dolor, la sangre de Roha fue absorbida por la tierra y los hijos malditos de Roha nacerían de la sangre y la energía de sus padres.

Min asesinó a Pits y a toda su descendencia, impuso el terror para los Zepianos y los condenó a vivir en amargura, ya que las estrellas no darían más ayuda a los Zepianos para la construcción de armas. Estarían solos hasta el fin de los tiempos, y quien intente romper esa regla sería alimento de los perros de MIN.



El precio / cortometraje / Dir. Marcia Villalba

Min es aún un Dios joven pero perdido en su dolor solo entiende que debe castigar la maldad para que no se propague, lo cual considera bueno por lo cual el medio justifica el fin. Min y su ejército maldito imponen terror en el cosmos.

### **Contexto**

En el siglo XXI el mundo está azotado por distintas catástrofes y pandemias. Para el 2021 la mitad del planeta está en llamas y la pandemia covid está en pleno auge, cientos de países se encuentran en lucha contra el abuso de poder y la búsqueda de equidad económica. Miles de personas mueren de hambre, millones en guerras. Los políticos y las organizaciones mienten a la población mundial, los empujan a creer que no hay salida, que debemos cuidarnos solos y no tener empatía.

El medio ambiente está quebrado, los animales no saben a dónde huir, los humanos los echan de su zona de confort porque ya no hay amor, escuchan las mentiras de la televisión, y no ven la realidad que destruye su interior.

La sociedad está quebrantada con el corazón endurecido ante tanta injusticia, algunos todavía creen y luchan, pero los esfuerzos parecen ser en vano.

Los guardianes del templo de la Luna protegen a 3 de sus hijas mientras la primera, aun sigue perdida y corrompida, las demás están a punto de descubrir quienes son.

### **Locaciones**

Las locaciones están basadas en los espacios que habitan las hijas de la Luna hasta llegar a la locación primaria. Ellas nacen en distintos países por consecuencia de sus herencias culturales y ancestrales.

*Alemania, Argentina, Brasil, Francia, Hawai, Mexico, Mozambique, Siberia, Jerusalem.* La utilización de estos espacios físicos realza las diferencias culturales, sociales, políticas y ambientales de la humanidad, y permite desarrollar el conflicto principal: la inconsciencia social.

### **Locación primaria: *Templo de la Luna***

Durante siglos los más devotos, eran tocados por la luna y enviados al templo, para sostener ahí sus raíces y poder seguir en armonía con la Energía lunar, intentando sostener la energía vital desde los pilares energéticos del mundo.

Intercambiar constantemente tanta energía con la tierra los volvió fuertes y longevos. La comunidad de la Luna



tiene alrededor de 300 habitantes, todos trabajan la tierra, construyen, entrenan, cocinan, limpian y luchan por defender la tierra.

Dawn Pu / Artist.

Los más ancianos enseñan a los niños en sus tareas escolares y las mujeres más antiguas enseñan a los guardianes. Los guardianes son particulares, no se trata de una sola cualidad, si no de varias, algunos son fuertes, otros rápidos, otros inteligentes, otros solo valientes. Los guardianes cuidan en sagrada unión a la madre tierra, con la guía espiritual de la Luna. Los guardianes saben de astrología, astronomía, matemáticas, física, táctica, estrategia, química, agricultura, flora y fauna. Son expertos que entrenan toda su vida, solo para salvar la tierra.

Los adultos trabajan en los campos de cultivo, cuidando animales y claro, algunos de ellos son guardianes de alto rango y trabajan en la base de operaciones y entrenamiento de los guardianes. El templo tiene distintas habitaciones para entrenamiento, en las más avanzadas los jóvenes pueden entrenar con hologramas de pelea en ambientes hostiles. Y claro, también hay una puerta con el símbolo de la Luna. Que jamás han podido abrir. Hasta que Aluen no pueda controlarse no podrá descubrir que realmente es una Diosa.

Los guardianes tenían prohibido matar y usar armas. Esa regla cambió cuando Ming UE hija de la luna y especialista en la lanza con espada llegó al templo. Ahora MING UE y su gran bocota deben enseñar a los guardianes la técnica de pelea.



Artista Anónimo

**Las Ancianas:** Son en su mayoría mujeres que han vivido ya cientos de años en la tierra, ellas conectan energéticamente con la luna, y mantienen el equilibrio del último portal, el cual está oculto en las profundidades del templo. La Luna se comunica con ellas a través de ese pilar. Pero no cualquiera puede acercarse al pilar, ya que un campo de energía lo mantiene estable, Puesto que los humanos están destruyendo todo, la energía cada vez es menor y eso dificulta el control de las conexiones astrales.

**Los Guardianes:** Los guardianes se dividen en rangos y capacidades. Tao y Juliet son los entrenadores físicos, ellos llevan al extremo a los jóvenes guardianes. Ambos crecieron en la comunidad. Están los equipos de tecnología, operadores de comunicaciones, científicos, equipos lógicos y tácticos.

Los guardianes tienen un equipo de Élite llamado NOOM liderado por Aremi. Ellos se infiltran en organizaciones mundiales, para intentar persuadir a los grandes políticos de cambiar las acciones desinteresadas con el medioambiente, incluso logran detener problemas ambientales aún más grandes que los que podemos llegar a saber.

Los jóvenes estudiantes desde su niñez se preparan para distintas tareas, algunos desde muy pequeños sueñan con ser guardianes, en cualquiera de sus áreas de trabajo.

### **Características Mágicas del templo.**

Al albergar el último pilar de la luna, el templo tiene una característica interesante, no puede ser visto a simple vista, está oculto y la luna incluso puede hacer que el templo cambie de lugar. Ya que el mismo se encuentra en una Isla flotante por encima de las nubes, donde el hombre nunca puede ver.

### **SINOPSIS**

#### **a. Sinopsis corta del universo**

Hijas de la Luna es un universo transmedia de género fantástico en el que 9 chicas alrededor del mundo nacen con los poderes de la luna. Las nueve deberán lograr equilibrar sus energías para salvar al mundo de la catástrofe ambiental y social. Esta historia está dividida en 3 relatos, una serie, una película y la inserción de personajes en el mercado gaming.

#### **b. Sinopsis general de la Serie**

9 mujeres de distintas edades alrededor del mundo descubren sus poderes y reactivan el templo de la Luna pero deberán dejar sus antiguas vidas para seguir el camino ancestral y salvar a la humanidad.

#### **b.1 Temporada 1 “Luna Creciente” - Sinopsis**

Aluen(18) en Argentina descubre su ascendencia Tehuelche y el pacto en el que la Luna interviene para salvarla. En el templo Aremi (35), Ming Ue (17) y Aka (13) entrenan para infiltrarse en corporaciones y detener desastres ambientales. En Francia Nina(20) ayuda a escapar a Nandi(21) de una clínica mental. Naomi (27) logra engañar a los padres de Analu(18) en Brasil y Sure (16) México para llevarse a las chicas y quitarles su energía.

#### **b.2 Temporada 2 “Luna Nueva” - Sinopsis**

7 hijas entrenan en El templo de la Luna pero la energía vital decae, ya que las 9 no están para sostener la vida del planeta porque Analu prefirió seguir del lado de Naomi pero al final de los tiempos Min hará presencia en la tierra y deberán poder lidiar con su hermano.

#### **b.3 Temporada 3 “Primera Luna” - Sinopsis**

Las 9 hijas ahora deben aceptar sus destinos por completo y mostrarse al mundo. Es hora de explicar a los humanos como conectarse con la energía pero no será un camino fácil para una sociedad escéptica. Y menos aún cuando descubran que una de ellas no es mitad humana, es una diosa completa.

**c. Sinopsis de la película**

Min descubre que las hijas de la luna no logran cambiar el camino de los humanos, por lo que decide venir a terminar con la civilización humana para que la naturaleza mantenga su ciclo. Si los humanos no se entregan a la armonía ancestral, su mundo caerá en pedazos. ¿Podrán las hijas de la luna cambiar el curso de la humanidad?

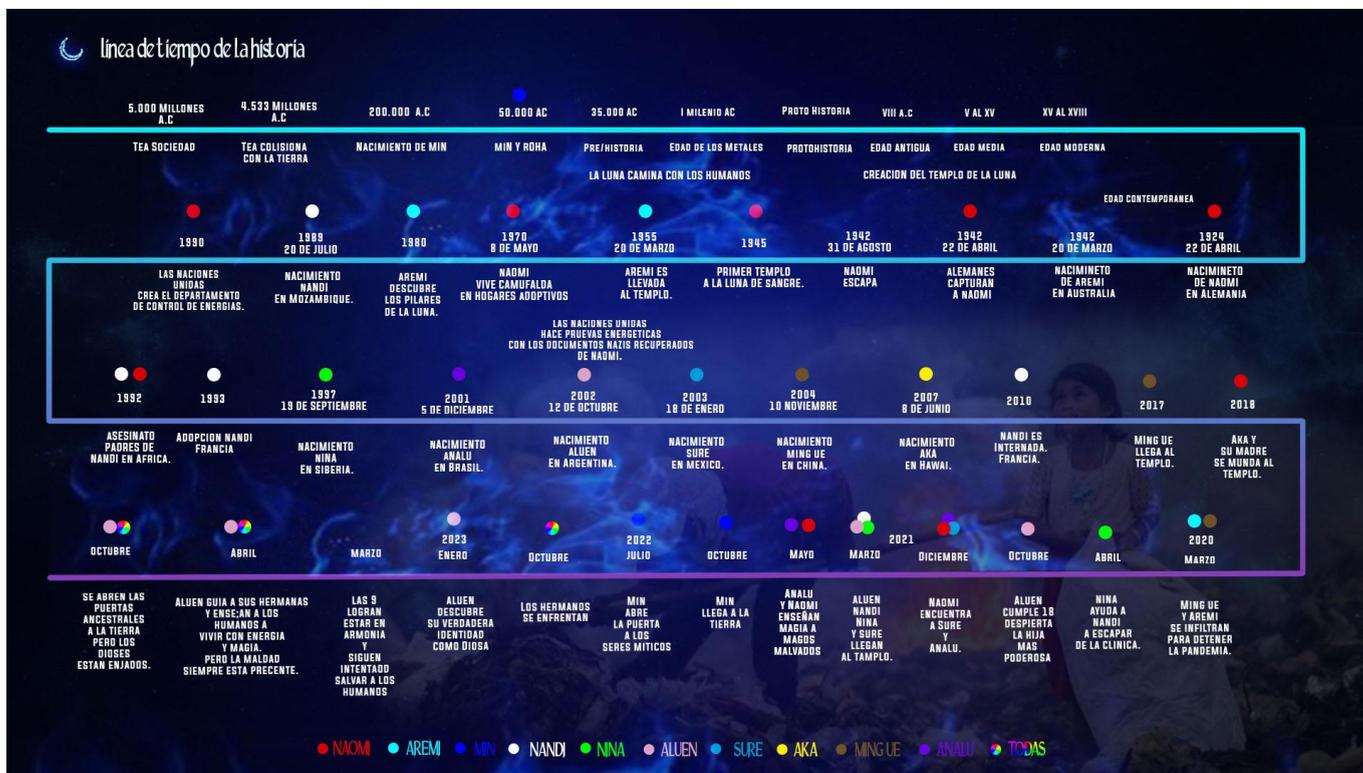
**LÍNEAS TEMPORALES**

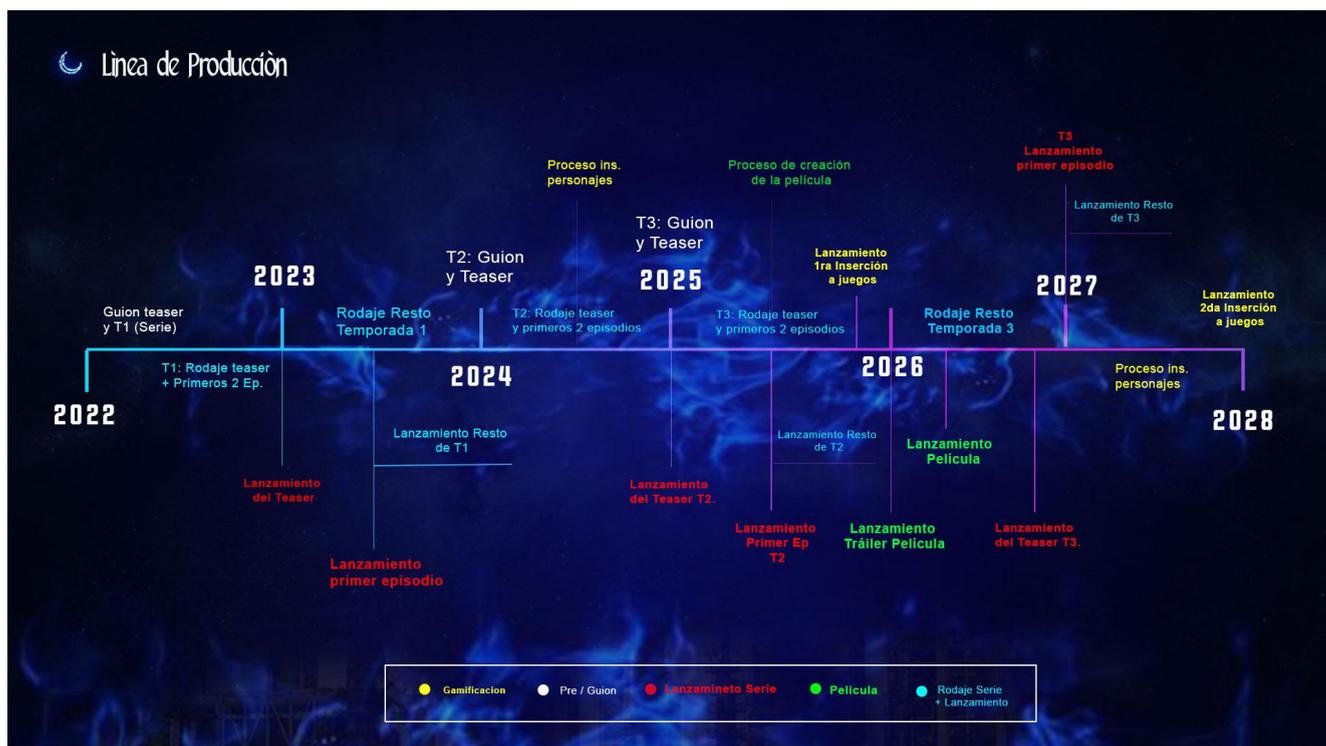
**a. Línea de la historia**

Para la línea de la historia se realiza pensando en la actualidad y la historia terrestre, se utilizan puntos con el color referente a cada personaje para mostrar los momentos en los que participa en la historia general del universo

**b. Línea de producción**

Un estimativo del tiempo de desarrollo del universo.





\*versión full en anexo final.

## PERSONAJES

### 1. NAOMI

**Lugar de Nacimiento:** Alemania

**Fecha de nacimiento:** 22 de abril de 1924

**Tiempo de vida en la tierra:** 96 años

**Edad aparente:** 25 años

**Pueblo Ascendente:** Judía

**Color:** Rojo

**Piedra:** Jaspe

**Signo:** Aries

**Compañero Ancestral:** Lobo

**Necesidad Dramática:** Solucionar los traumas de su vida.

**Personalidad:** Líder nato, agresiva y terca.

**Quiebre de personaje:** Manipuladora, pero frágil.

**Rol Fundamental:** Sombra

**Poder Único:** El poder extra de Naomi es la manipulación mental, ella puede poner en tu cabeza las imágenes más horribles, domina el arte del cameo, puede ser lo que ella quiera frente a tus ojos.

#### **Sinopsis de personaje**

Naomi es una eterna adolescente con poder extremo y la maldad acumulada en el tiempo por el rencor y el odio.

#### **Historia del Personaje**

Naomi nace en Alemania es hija de judíos, sus padres creían que era un ángel enviado por Jehová, ya que Naomi tenía altas capacidades intelectuales y curativas. En su cumpleaños número trece Naomi estaba viajando al templo de la Luna cuando los alemanes atacaron y mataron a sus maestros capturando a Naomi. Luego de 18 meses de tortura y experimentación, el poder de Naomi estaba fuera de control, los alemanes aceleraron el crecimiento de Naomi para que el poder de la niña sea mayor pero no pensaron en las consecuencias, Naomi destruyó el laboratorio, y escapó, luego de destruir varios centros de retención descubrió que sus padres habían sido asesinados.

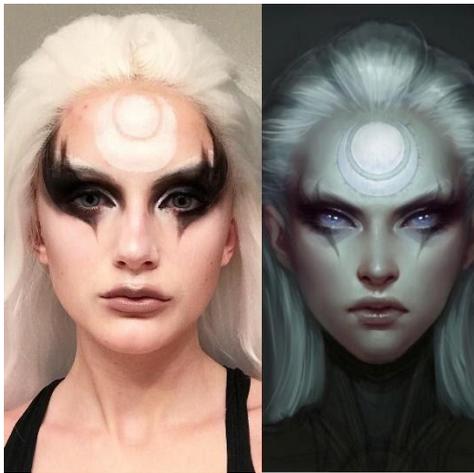
Al destruir los cuarteles y campos de retención detuvo a los nazis, lo que dio tiempo a las tropas de avanzar y acabar con el reinado de Hitler. Cientos de ocultistas comenzaron a adorarla por sus proezas a pesar del daño que causaban. Naomi era muy joven para tanta maldad, pero el gusto por la mala vida y el estar sola en el mundo solo la convirtieron en un ser oscuro.



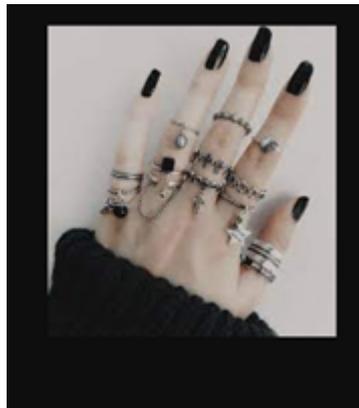
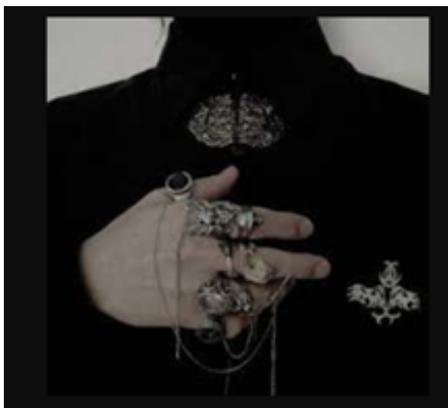
**Fisic du Roll y Vestuario (+Accesorios)**



**Make up (solo ojos)**



**Accesorios**



## 2. AREMI

**Lugar de Nacimiento:** Australia

**Fecha de nacimiento:** 20 de marzo de 1942

**Tiempo de vida en la tierra:** 78 años

**Edad aparente:** 30 años

**Pueblo Ascendente:** Widjabul

**Color:** Agua Marina

**Piedra:** Aguamarina

**Signo:** Piscis

**Compañero Ancestral:** Demonio de Tasmania.

**Necesidad Dramática:** Reunir a las hijas de la Luna.

**Personalidad:** Tranquila, sensible e intuitiva. Culpa a los demás de sus problemas y es fácilmente manipulable.

**Quiebre de Personaje:** Terca pero comprensiva.

**Rol Fundamental:** Guardian

**Poder Único:** Tiene visiones, sobre le pasado y el futuro.

### Sinopsis de personaje

Aremi estuvo sola muchos años entrenando y esperando por las hijas de la Luna. Tiene la carga de ser la líder por lo que puede ser terca a la hora de decidir ya que siempre cree tener la razón por su experiencia.

### Historia del Personaje

Aremi nace en Australia, Bundjalungs Nation. Su padre es hijo de un shaman de la Tribu Widjabul los guardianes de la tierra y el agua. Aremi fue Criada bajo la cosmovisión lunar y las enseñanzas de su abuelo. Su familia sabía de la profecía de la luna, y accedieron a enviar a AREMI al templo Lunar para que termine continúe su aprendizaje. AREMI vivió sola con brujas y chamanes que le enseñaron el poder de la luna. Aremi no puede acercarse a su familia ya que Naomi podría retar a un duelo o aún peor la logia de luna de sangre podría encontrarlos.

### Fisic du Roll



**Vestuario**



**Accesorios típicos**



**Accesorios modernos**



### 3. NANDI

**Lugar de Nacimiento:** África

**Fecha de nacimiento:** 24 de julio de 1999

**Tiempo de vida en la tierra:** 21 años

**Edad aparente:** 21 años

**Pueblo Ascendente:** Zulú

**Color:** Blanco

**Piedra:** Opalo

**Signo:** Cáncer

**Compañero Ancestral:** León

**Necesidad Dramática:** Nandi solo quiere entender lo que le pasa, para poder volver a su vida.

**Personalidad:** Protectora y sensual pero muy insegura.

**Quiebre de personaje:** Temerosa pero protectora.

**Rol Fundamental:** Aliado

**Poder Único:** Conexión Astral – Nandi puede ver el plano astral en paralelo con la realidad tangible.

#### **Sinopsis de personaje**

Nandi es una adolescente que cree estar enferma, toma pastillas para no tener sus ataques de esquizofrenia.

#### **Historia del Personaje**

Nace en Africa, Zulu. Hija de un curandero y una Shamana. Sus padres fueron asesinados por la logia Luna de sangre. Nandi fue encontrada junto a un León y fue rescatada por el gobierno para luego ser adoptada por una familia francesa. NAOMI aparece en los sueños de Nandi intentando guiarla hacia la oscuridad, sus padres pagan los mejores tratamientos ya que creen que Nandi tiene esquizofrenia.

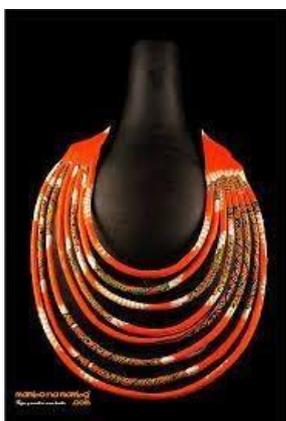
#### **Fisic du Roll**



### Vestuario



### Accesorios típicos



## 4. NINA

**Lugar de Nacimiento:** Siberia

**Fecha de nacimiento:** 19 de septiembre del 2000

**Tiempo de vida en la tierra:** 20 años

**Edad aparente:** 20 años

**Pueblo Ascendente:** Nenets

**Color:** Verde

**Piedra:** Amazonita

**Signo:** Virgo

**Compañero Ancestral:** Reno

**Necesidad Dramática:** Demostrar que es capaz de ayudar a las personas.

**Personalidad:** Siempre al pie de batalla, cuida mucho a su familia, es simpática pero muy intensa.

**Quiebre de personaje:** Controladora pero detallista.

**Rol Fundamental:** Tramposa

**Poder Único:** Manipula la materia

### **Sinopsis de personaje**

Nina es estudiante de ciencias políticas con altos honores, se encuentra en su mejor momento académico y las oportunidades laborales no faltan, su vida podría ser perfecta excepto por que no controla su poder y ni siquiera sabe que lo tiene.

### **Historia del Personaje**

Nace en Siberia, territorio NENETS. Hija de un Shaman y una bruja que entregó su vida a cambio de la de NINA, su madre muere cuando da a luz a la niña. El padre de NINA le enseña inglés y la educa en la sociedad moderna, ella lucha por los derechos de los NENETS.

### **Fisic du Roll**



### Vestuario



### Accesorios típicos



## 5. ANALU

**Lugar de Nacimiento:** Brasil

**Fecha de nacimiento:** 05 de diciembre de 2001

**Tiempo de vida en la tierra:** 19 años

**Edad aparente:** 19 años

**Pueblo Ascendente:** Wau Wau

**Color:** Violeta

**Piedra:** Sodalita

**Signo:** Sagitario

**Compañero Ancestral:** Yaguareté

**Necesidad Dramática:** encontrar una forma de ayudar a su madre y cambiar sus vidas.

**Personalidad:** Tranquila pero optimista y aguerrida.

**Quiebre de personaje:** Impulsiva, pero de mente abierta.

**Rol Fundamental:** Cambiaformas – cambia de bando constantemente.

**Poder Único:** Telequinesis

### **Sinopsis de personaje**

Analu trabajó con su mamá en un hotel de mucamas. Quiere estudiar, pero aún no sabe que, su economía es muy baja y la decisión es compleja. Tiene problemas para concentrarse y pesadillas recurrentes.

### **Historia del Personaje**

Nace en Tarilandia, en Rondonia, al norte del Brasil. La luna estaba roja esa noche, su madre dice que escuchaba a la selva decirle que corriera el parto fue doloroso y sangró mucho.

Su madre cuenta que ella escuchó a la selva y le creyó, por eso tomó a la niña con lo último de sus fuerzas y se la llevó a la ciudad. Vivieron en la calle un tiempo hasta que una familia le dio trabajo de comadrona cama adentro a su madre. La niña fue educada gracias a la ayuda de esta familia con el tiempo Analu y su madre pudieron vivir en un departamento pequeñito y hoy ambas trabajan en un hotel de mucamas.

### **Fisic du Roll**



## Vestuario y Accesorios



## 6. ALUEN

**Lugar de Nacimiento:** Argentina

**Fecha de nacimiento:** 12 de octubre de 2002

**Tiempo de vida en la tierra:** 17 años

**Edad aparente:** 17 años

**Pueblo Ascendente:** Tehuelche

**Color:** Lila

**Piedra:** Amatista

**Signo:** Libra

**Compañero Ancestral:** Cisne

**Necesidad Dramática:** Reencontrarse con sus raíces

**Personalidad:** Aluen es relajada y sociable, pero siente que no es capaz de ser una heroína.

**Quiebre de personajes:** manipuladora pero indecisa.

**Rol Fundamental:** Héroe

**Poder Único:** Poder Ancestral de invocación de seres míticos, como gigantes, ogros, sirenas, etc.

### Sinopsis de personaje

Aluen está cursando el último año de la secundaria, quiere estudiar para ser astróloga. Su madre es artesana en la feria regional y su padre trabaja en una maderera. Al acercarse su cumpleaños número dieciocho muchas cosas comienzan a cambiar en Aluen.

### Historia del Personaje

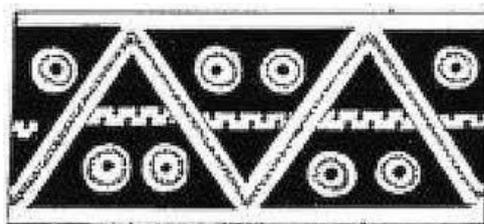


Nace en Argentina, Santa cruz, comunidad Tehuelche. Nieta de un Shaman y una Bruja. Su Abuelo el Shaman hace un pacto en la salamanca con el diablo para que su hija pueda tener un hijo varón del dios sol, pero nace Aluen una niña con la marca de la luna. El pueblo presentía el mal augurio por lo que la madre de Aluen escapo con uno de los jóvenes de la comunidad hacia el Bolsón Rio negro, donde Aluen crece sin saber nada de sus herencias ancestrales hasta sus 18 años cuando la Luna se comunica con ella.

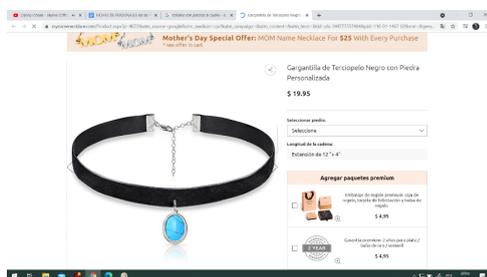
### Fisic du Roll y Vestuario



### Simbología



### Accesorios



## 7. SURE

**Lugar de Nacimiento:** México

**Fecha de nacimiento:** 18 de enero de 2003

**Tiempo de vida en la tierra:** 17 años

**Edad aparente:** 17 Años

**Pueblo Ascendente:** Tarahumara

**Color:** Celeste

**Piedra:** Turmalina

**Signo:** Acuario

**Compañero Ancestral:** Ajolote

**Necesidad Dramática:** Liberarse de sus estructuras y miedos.

**Personalidad:** Es super sociable, tiene muchos amigos, le gusta salir de fiestas y estudiar. No le gusta el romance.

**Quiebre de personaje:** exuberante pero honesta.

**Rol Fundamental:** Aliado

**Poder Único:** Sanadora

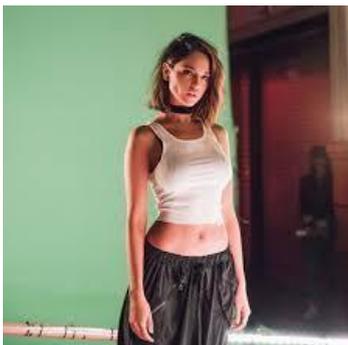
**Sinopsis de personaje:**

Sure acaba de cumplir sus 17 años, está segura de que quiere ser médica y pone sus esfuerzos académicos en eso, le gusta hacer voluntariado y sabe sobre su poder de manipular la energía, pero no va a decirle a nadie porque frustrara su sueño de ser una médica sin fronteras.

### Historia del Personaje

Nace en Chihuahua México, tiene ascendencia Tarahumara. Su madre es artesana y su padre tiene un almacén. Su bisabuelo era un gran chamán, y su familia aún guarda la tradición curandera. Sure quiere ser doctora, oculta sus poderes para poder seguir con sus sueños, pero cada día es más difícil.

### Fisic du Roll y vestuario



## Simbología



## Accesorios



## 8. MING UE

**Lugar de Nacimiento:** China

**Fecha de nacimiento:** 10 de noviembre de 2004

**Tiempo de vida en la tierra:** 16 años

**Edad aparente:** 16 años

**Pueblo Ascendente:** Dinastía Han

**Color:** Marrón

**Piedra:** Malaquita

**Signo:** Escorpio

**Compañero Ancestral:** Panda rojo

**Necesidad Dramática:** No fallar con su destino de Hija de la Luna

**Personalidad:** Decidida y emocional, le gusta el lado oculto de las cosas.

**Quiebre del personaje:** Despiadada pero astuta.

**Rol Fundamental:** Guardián



**Poder Único:** Teletransportación

### **Sinopsis de personaje**

A sus 16 años se encuentra estudiando y entrenando en el templo de las hijas de la luna junto con Aremi y Aka.

### **Historia del personaje**

Nace en China de la dinastía Han. Su familia esperaba su llegada, es una joven adinerada, que desde su nacimiento fue preparada en 5 idiomas y artes marciales mixtas, su especialidad es la lanza. Su hermano Xiong al partir su hermana, decidió irse al templo Shaolin.



**Fisic du Roll y  
Ropa de calle**

### **Accesorios**



## 9. AKA

**Lugar de Nacimiento:** Hawai

**Fecha de nacimiento:** 8 de junio de 2007

**Tiempo de vida en la tierra:** 13 años

**Edad aparente:** 13 años

**Pueblo Ascendente:** Maoli

**Color:** Amarillo

**Piedra:** Ojo de tigre

**Signo:** Géminis

**Compañero Ancestral:** Tortuga

**Necesidad Dramática:** Matar a Naomi y a los adoradores de la luna de sangre.

**Personalidad:** Afectuosa, curiosa, inquieta y divertida.

**Quiebre de personaje:** Rencorosa pero dulce.

**Rol Fundamental:** Guardián

**Poder Único:** Hablar con los animales



### Sinopsis de personaje

Aka se encuentra en el templo con su madre, ella se entrena para poder enfrentar su destino.

### Historia del Personaje

Nació en Hawai. Su familia es Maoli. Sus padres son humildes pescadores y cultivan la tierra. Su madre era estéril y en una noche Mohalu rogo a la luna por un hijo en su vientre. Meses después su barriga estaba grande y la niña nacería como regalo de la luna. Su padre fue asesinado por la logia luna de sangre a sus 10 años. Ella y su Madre se mudaron al templo.

### Fisic du Roll



## Accesorios



## 10. MIN

**Lugar de Nacimiento:** Cosmos

**Edad aparente:** 40 años

**Color:** Negro

**Signo:** escorpio

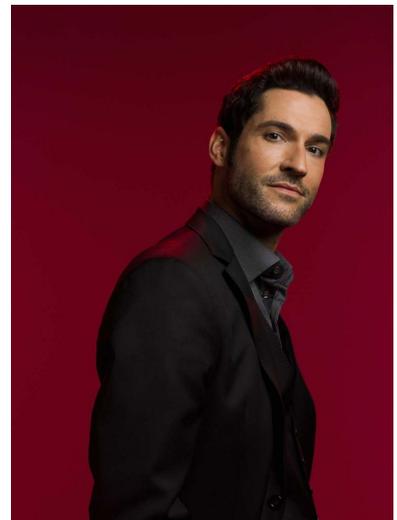
**Necesidad Dramática:** Establecer el orden

**Personalidad:** curioso, despiadado y empático.

**Quiebre de personaje:** Rencorosa pero dulce.

**Rol Fundamental:** Antagonista

**Poder:** Dios



### Sinopsis de personaje

Min en su angustia eterna por su gran amor, decide impartir justicia por los mundos corruptos y la tierra está en su lista.

**Historia del Personaje:** El secreto de la luna

## PROPUESTA METODOLÓGICA PARA EL DESARROLLO LITERARIO

Para poder avanzar a la etapa de guión se deberá realizar una pre producción por zona con el objetivo de investigar y terminar de datar características de cada pueblo originario respecto a la luna. Proponemos desde el desarrollo literario optar por open calls para distintos escritores de las zonas mencionadas, lo que le dará un tono comprometido y referencial a cada lugar. Comprendiendo que este tipo de acciones también comienzan a generar expansión y posibilidades nuevas en el mercado.

HIJAS DE LA LUNA basa sus construcción narrativa en 3 conceptos claves: Cuidado del medio ambiente, Pueblos originarios y energía ancestral. A su vez se utilizan dos categorías para enmarcar la forma de transmitir estos conceptos las cuales son: astrología, astronomía, historia, geografía, biología, ciencias, sociedad.

Entendiendo que el proyecto hijas de la luna está pensando en su versatilidad y posibilidad de expansión hacia cualquier pueblo originario que quiera desarrollarse, es necesario seguir la estructura de personajes, para la construcción de nuevas hijas de la luna, entendiendo esto como una forma de comunicar la situación ambiental y social en un mundo fantástico guiado por nuestros ancestros.

### Apox de tratamiento de la serie y película Temporada 1

#### Episodio 1

En Argentina, **ALUEN** es una joven estudiante en último año del secundario, cerca de la fecha de su cumpleaños comienza a sentirse enferma y débil, sus padres tratan de ayudarla pero los médicos no saben qué le sucede. Aluen comienza a tener visiones y dice que una voz le habla desde el cielo. Su abuela, a quien nunca había visto en su vida, viaja a verla. La mujer de origen tehuelche, algo bajita y con la piel curtida, ayuda a su nieta a entender el motivo de sus visiones, le cuenta que su abuelo hizo un pacto con el diablo para que su hija estéril pudiera dar a luz, pero ella le imploro a la luna para que salvara a su hija y la luna la bendijo con una nieta. Pero el precio es alto, Aluen es entonces portadora de la energía lunar ancestral. Los poderes de Aluen se salen de control por la ansiedad que le causa saber toda esta nueva información, Aluen huye al bosque y le pide a la Luna que se presente y de explicaciones, pero la luna no hace caso, Aluen enojada desata su furia y cae desmayada. Al despertar un Cisne duerme al lado de ella. Aluen se levanta asustada, primero que hace un cisne en la montaña y segundo porque duerme al lado mío? Pronto entiende que el Cisne no se irá a ningún lado, cuando su abuela la ve llegar con el cisne le hace una reverencia al ave y explica a la joven que es un animal sagrado.

#### Episodio 2

En el Templo de la LUNA, **AREMI** de 76 años se mira en el espejo, respira profundo y sale de la habitación, con su aspecto joven 35 años. Camino al desayuno se le une **AKA** de 13 años y su tortuga **Rupaul**, Aka comenta sobre las diferencias socioeconómicas que la tortuga le plantea.

Aremi le sonríe, pues Aka puede hablar con Animales aunque aún no entiende nada de eso, Aremi escucha unos golpes secos, avanzan un poco con Aka hacia la sala de entrenamiento, MING UE de 16 años le est a partiendo la madre a los postes de madera para entrenamiento. Luego de desayunar, Aka debe tomar clases con los dem as niños, hijos de los guardianes de la luna. Aremi y Ming Ue van a la sala de reuniones. Uno de los operadores tecnológicos les cuenta que dos de las ancianas all  dicen que la piedra de la luna est  brillando nuevamente, si esto es cierto, eso significa que sus hermanas están despertando.

### **Episodio 3**

En Francia, NANDI observa el plano astral justo delante de sus ojos, mientras come el asqueroso desayuno de la clínica de salud mental. Su madre entra al salón acompañada de NINA una joven de 21 años. NINA y NANDI conectan de inmediato, Nina ley  la historia de Nandi en internet y a ella le pasa lo mismo, por eso fue a verla, ella cree que son mutantes como en X MENS y que el gobierno las busca. Por lo que ayuda a Nandi a escapar de la clínica mental.

### **Episodio 4**

Naomi golpea la ventana de Aluen. NAOMI solo quiere el poder eterno, la gloria en la tierra, y piensa destronar a su madre. Intenta seducir a Aluen y lo logra pero el brazo izquierdo de Aluen comienza a brillar, ambas quedan atónitas, las marcas de la luna se forman en el brazo de Aluen, Naomi sabe que su madre est  all  por lo que huye. Aluen mira su brazo, con las quemaduras de los tatuajes de luz. Su abuela le enseña a comunicarse con la luna, o al menos lo que ella sabe y le entrega un libro antiguo lleno de símbolos y hechizos lunares. Aluen conecta con su madre, y descubre que el Cisne es en realidad su compañero ancestral y que tiene una misión, encontrar a sus hermanas.

### **Episodio 5**

En Brasil ANALU est  por terminar otro día más en el bendito hotel, finalmente podrá ir a casa para estudiar para su examen de ingreso a la universidad. Sale del trabajo cansada camino a la parada del bus, NAOMI comienza a caminar junto a ella, pero con el aspecto de una niña pequeña que necesita ayuda. ANALU no duda en ayudar a la niña, NAOMI se presenta en su forma real y le dice que era solo una prueba para ver si realmente era una buena hija de la luna. Naomi engaña a Analu y le promete una buena vida, a cambio de trabajar juntas. Lo que para Analu no es mala idea, al menos no tendrá que estar limpiando la mierda de otros o eso cree. NAOMI con la ayuda de Analu logra encontrar a Sure, pero el estar las tres juntas es mucha energía que no pueden controlar. Generan un caos y Naomi aprovecha el momento para dejarse llevar. Sure es una joven mexicana de 17 años que quiere ser doctora, pero no sabe de sus poderes curativos y cree que son para destrucción. Naomi escapa junto a Analu y Sure es rescatada por Aremi y Ming Ue.

### **Episodio 6**

Aremi, Ming Ue Van a una misión intentando detener la cepa manaos, pero no lo logran. Al mismo tiempo, Aluen escapa de todos en el templo y se conecta con la luna, lo que acelera el

flujo energético de la tierra.

### Episodio 7

Aluen se conecta con Nandi a través del espacio astral y ayuda a Nandi y a NINA a encontrar el camino al templo. Ellas descubren que sus poderes pueden fusionarse y generar más energía.

### Episodio 8

Las 7 en el templo descubren sus poderes, sus compañeros ancestrales, pero principalmente entenderán el motivo de la existencia de la naturaleza, entenderán que va más allá de nuestras acciones diarias y propondrán a la humanidad enseñar la conexión con la tierra, pero los humanos tendrán que hacer ciertos cambios.

APARICION DE LOS PERSONAJES								
EPISODIOS	1	2	3	4	5	6	7	8
NAOMI				X	X			
ALUEN	X			X		X	X	X
AREMI		X				X		X
AKA		X				X		X
MING UE		X				X		X
ANALU					X			
NINA			X				X	X
NANDI			X				X	X
SURE					X			X

*En cuestión de temporada 2 y 3 no se avanza en una sinopsis más detallada ya que también se espera poder completar los avances de guión en respuesta al fandom.*

## **Temporada 2**

Min llega a la tierra, la última piedra de la luna se rompe y ya no pueden comunicarse con su madre, Aluen pierde el control e invoca seres aún más peligrosos que Min.

Naomi y Aremi batallan por el liderazgo del grupo, Analu se enamora de uno de los guardianes de la luna y traiciona a Naomi. Aka se cansa de las actitudes frívolas de las adolescentes, y comienza a trabajar en encubierto con algunos animales para poder tener información clara sobre las zonas afectadas. Cuando una empresa multinacional está por talar gran parte del Amazonas, Míngue descubre el valor de su poder, ella puede teletransportar a todas sus hermanas si están conectadas.

## **Temporada 3**

Algunos humanos comienzan a vivir la experiencia del cambio, pero no pueden controlarlo por lo que generan caos, las hijas de la luna deberán salir a la luz e intentar ayudar a los humanos a trascender. Entonces la humanidad entenderá que es demasiado tarde, y que el precio es alto.

## **PELÍCULA**

El hambre de poder está destruyendo a los humanos, con sus nuevos conocimientos en energía vital, están generando armas aún más poderosas, lograron invadir la luna.

Enojada la diosa baja a la tierra pero para cuando intenta detener esta locura, sus hijas luchan contra su hermano y naves zepianas. Min cree que las hijas de la luna no podrán cambiar al mundo con su romántica forma por lo que él lo impondrá por la fuerza. Tea intenta detener a Min pero este la mata, las hijas de la luna logran capturar a min, y Aluen se revela como Diosa ante Min.



## COMENTARIOS DE DIRECTOR

Hijas de la luna es una obsesión personal. Principalmente porque es fantasía, y yo la amo. Para mí la fantasía permite explayarse sobre problemáticas sociales dolorosas. Nos permite desde lo fantástico y amable, hablar de la situación actual mundial. Podemos exponer problemáticas ambientales y motivar a los espectadores al cambio.

*Sé que una historia no cambia al mundo, pero si algunos corazones.*

Cada personaje está construido desde las adolescentes que han cruzado mi vida, cada escenario plantea nuevamente la fuerte necesidad de hacer un cambio consciente a nivel mundial. Nada de esto es simple, claramente estamos llenos de publicidades de ONG y las redes nos bombardean constantemente sobre posibilidades ambientales o ecológicas. Pero de alguna forma no está logrando el impacto esperado, pero si vemos ese impacto en el fan, en ese movimiento que se genera a través de un universo transmedia esto podría ser una nueva forma de interacción con el fan. Recordemos que el amor, la fascinación del Fan por un personaje, por su historia, sumado a la magia del cine, pueden generar consumidores conscientes a nivel ambiental.

A veces fantaseo con la idea de que los fans y actores de hijas de la luna harán eventos de limpieza de playas o rescate de animales. Son esos los objetivos que me movilizan a construir personajes que “crean” lo mismo que nosotros, que vean desde abajo como el poder destruye todo a su alrededor. La clase obrera, los pueblos indígenas necesitan héroes reales, ligados a sus culturas. Como humanidad nuestra herencia cultural está determinada, somos nosotros los que decidimos mirar hacia un costado.

No se trata solo de la magia y de adolescentes siendo adolescentes, se trata de construir más allá de la imagen, más allá del mensaje. Ese es el destino de las grandes historias, dejar marcas en el corazón de sus usuarios, que con el tiempo recordemos, esa escena que nos hizo entender la importancia de las pequeñeces. Construir relatos transmedia que ayuden a movilizar un mensaje, que esa transmedialidad llegue a reflejarse en acciones concretas.

Para mí hijas de la luna es un mar de códigos y valores, que nos ayudan a crecer como sociedad y a enfocar toda esa exposición mediática en acciones que realmente generen cambios necesarios para la existencia humana.

## ESCENARIOS CENTRADOS EN EL USUARIO

El universo tiene como objetivo social la reivindicación de los pueblos originarios.

**Valores e ideales:** En el universo transmedia se busca generar conciencia de lo que ocurre con nuestros pueblos originarios, los desastres ambientales, pandemia y atentados en distintos lugares del mundo, sin embargo se busca entrar a un mercado audiovisual apuntando a aquellos prosumidores que no tengan en cuenta dichas problemáticas, el “cómo” lo contamos, hará a estos tópicos sumamente habitables.

**Hábitos de consumo:** El público meta<sup>6</sup> se rige por el mercado actual<sup>7</sup>, esto quiere decir que consume algunas Lovemarks audiovisuales como Game of thrones, Bright, Las crónicas de Shannara, Luna Nera, Sabrina, legendary entertainment, consumidores de fantasía, ciencia ficción fantástica y aventura, tanto en series, películas, programas de tv y videojuegos.

En rasgos generales, los consumidores/usuarios serán mayores de 16 años, por lo que debemos introducirnos a sus vidas con el universo Hijas de la Luna de manera tal que se convierten en prosumidores, y por esto se tiene en cuenta en cifras cuantitativas a los jóvenes y adultos empatizan con los personajes, el público no se rige por géneros o por edades sumamente específicas, sino por gustos y amor por la fantasía & ciencia ficción, se piensa también en el usuario que consume material audiovisual para relajarse y olvidarse (no completamente) de su vida cotidiana, por esto hay 3 tipos de usuarios definidos.

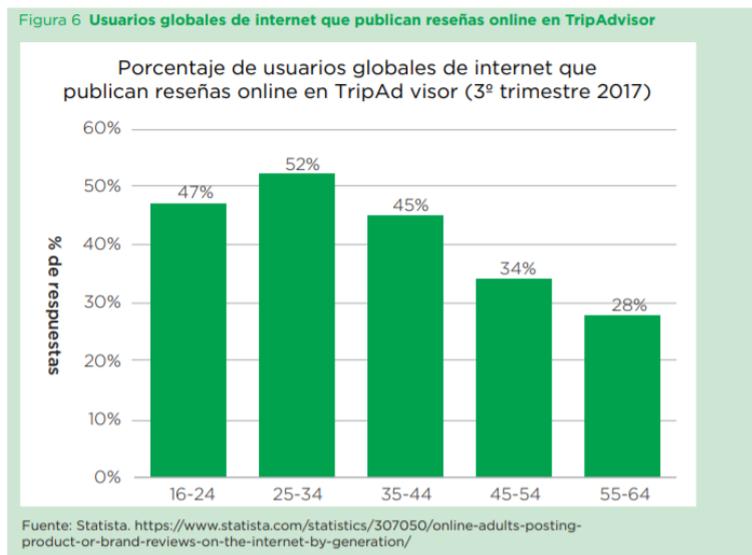
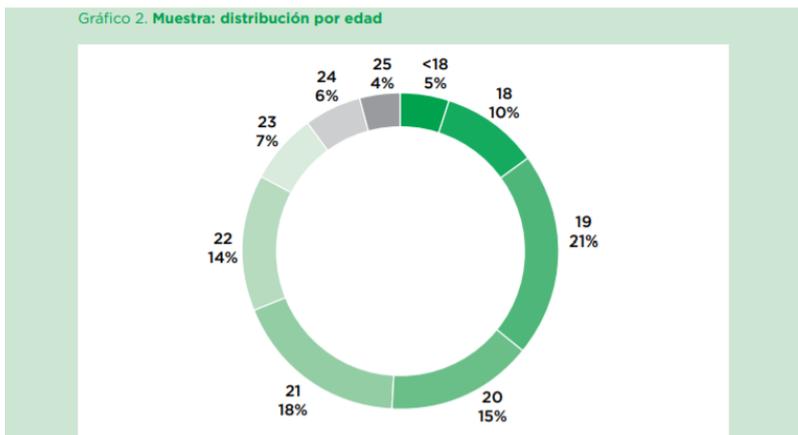
**Tabla 1.** Preferencias en consumo de productos audiovisuales según grupos de edad

Categorías	SEXO		GRUPO DE EDAD		
	Mujer	Hombre	Adolescentes	Jóvenes	Adultos/ Padre
Evasión	22,3%	17,4%	14,4%	32,7%	36,4%
Diversión/humor	18%	23,8%	24,2%	19,8%	4,1%
Formación/actualidad	4,80%	6,40%	0,40%	1%	33%
Contenidos	9,1%	6,7%	7,1%	12,9%	8,3%
Contenidos positivos	38,6%	40,4%	48,6%	27,7%	6,6%
Otros	7,3%	5,2%	5,3%	5,9%	11,6%

Fuente: elaboración propia a partir de Medrano et al. (2010, p.11)

<sup>6</sup> Público objetivo o target es un recorte demográfico y conductual de un grupo de personas que la empresa elige como futuros clientes de tu producto o servicio.

<sup>7</sup> El mercado actual es un mercado sobresaturado, además de dinámico. Y sumado a esto las personas ya no se limitan a ser consumidores pasivos, los individuos ahora son activos, participantes en los procesos del mercado. Esta situación ha cambiado inevitablemente la dinámica de las empresas y negocios.



**Usuario 1 Nuestro usuario ideal (El Fandom<sup>8</sup>, grupo de aficionados de determinado producto cultural.)**

El usuario ideal representa a los jóvenes de entre 16 y 30 años, quienes estudian y/o trabajan, quienes tienen internet ilimitado y dispositivos electrónicos para consumir lo que quieran en el momento que quieran, son estos quienes poseen usuarios en plataformas OTT<sup>9</sup>, en este caso, el usuario meta verá la serie camino al trabajo o a la universidad, es un usuario que participa de la expansión del universo transmedia volviéndose prosumidor del producto.

Este, es el principal usuario ya que recorre, crea y se emociona con el universo transmedia, es quien lo consumirá del inicio hasta el final.

<sup>8</sup> En términos sencillos, fandom es el grupo de aficionados de determinado producto cultural. <https://rpp.pe/cultura/mas-cultura/que-es-un-fandom-o-el-shipping-los-significados-de-5-terminos-populares-usados-por-comunidades-de-fans-noticia-1182358>

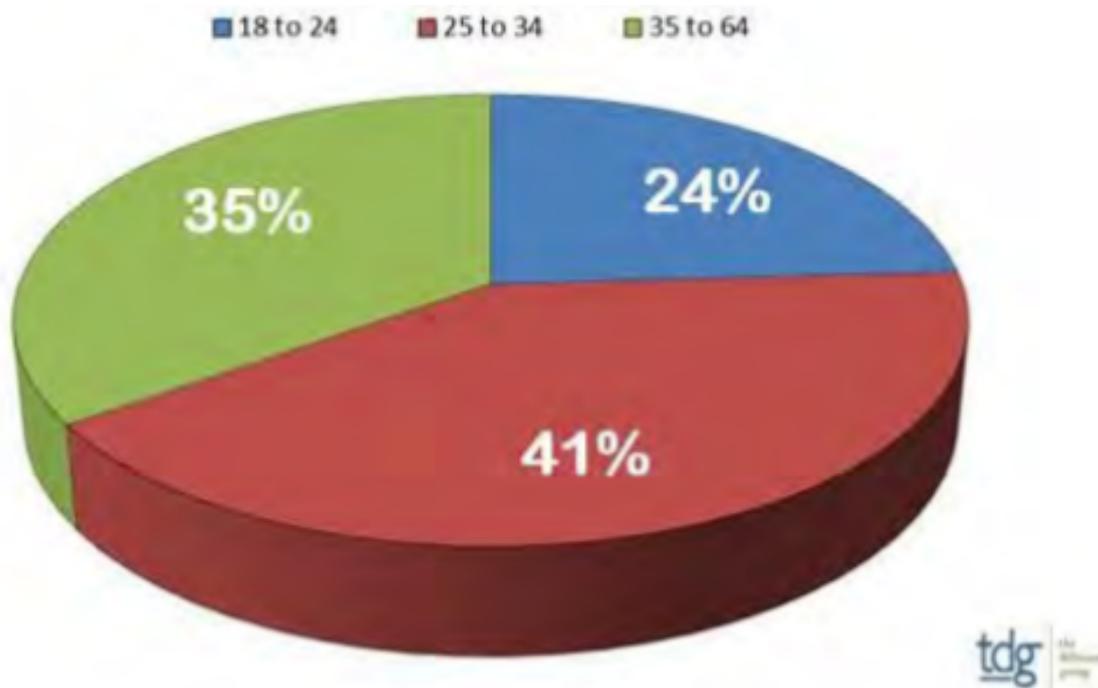
<sup>9</sup> Un servicio de libre transmisión o servicio OTT consiste en la transmisión de audio, vídeo y otros contenidos a través de Internet sin la implicación de los operadores tradicionales en el control o la distribución del contenido.

## Usuario 2 El Cinéfilo

El cinéfilo<sup>10</sup> tiene como rango etario desde los 20 a los 50 años, este espectador es quien únicamente recurre a el universo mediante la serie y la película, es quien sabe que le gusta la fantasía y la ciencia ficción, a el usuario cinéfilo le gusta disfrutar de un audiovisual en tranquilidad y de ser posible en la comodidad de su hogar, tiene acceso ilimitado a internet y es uno de los consumidores constantes de plataformas OTT.

El rango etario mayor(30 a 50 años) de estos usuarios denominados Lukers<sup>11</sup> solo seguirá nuestro universo en el audio visionado en las plataformas Over The Top, sin embargo, será quien quiera ver la película en las salas de cine.

El rango etario menor (20 a 30 años) denominados Tertulianos<sup>12</sup> y Creadores<sup>13</sup>, a diferencia del anterior, serán quienes sigan las historias mediante redes sociales y también comiencen a consumir los videojuegos en los que aparezcan las hijas de la luna, este usuario irá descubriendo el universo a medida que este se expanda, pero solo será consumidor y divulgador del universo, su rol como prosumidor no se desarrollará.



<sup>10</sup> Que es gran aficionado al cine.

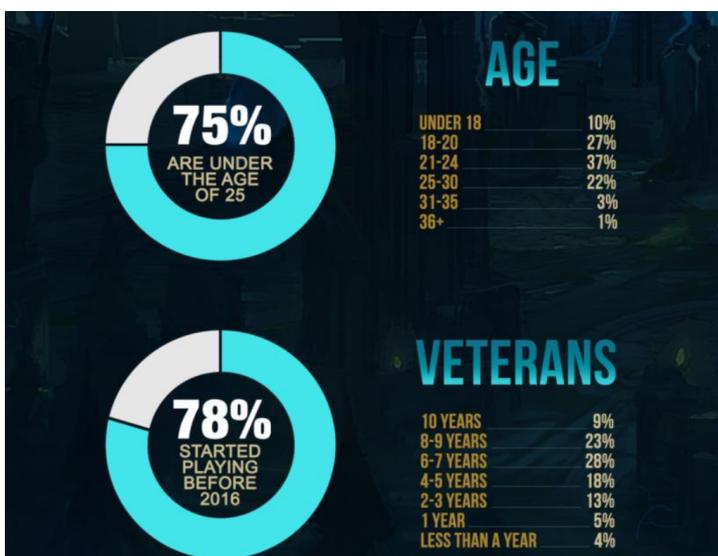
<sup>11</sup> Fans observadores.

<sup>12</sup> Siguen el modelo discursivo/argumentativo en foros, webs y chats.

<sup>13</sup> Crean y divulgan material canon y fandom.

### Usuario 3 The Gamer

Este usuario de entre 16 y 30 años es a quien nuestro universo le llega mediante la inserción de las hijas de la luna a los videojuegos, son quienes se convierten en prosumidores luego de probar los personajes, sus poderes y habilidades en los o el juego, son usuarios que comienzan a hacerse preguntas e investigar luego de jugar con el personaje, por ejemplo ¿Cuál es su historia? ¿De dónde surge este personaje?, gran parte de estos usuarios ya conocen nuestro universo gracias al fandom y son quienes luego de jugar, ven la serie y la película, gran parte de ellos terminan siendo parte del fandom de Hijas de la Luna.



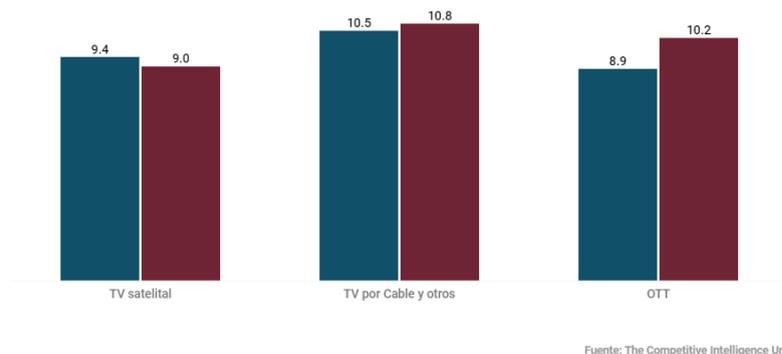
### FORMULARIO MULTIPLATAFORMA

#### Plataformas Ott (Over the top)

Como podemos apreciar en el siguiente gráfico, las plataformas OTT han tenido un desarrollo creciente notable en comparación con la TV, por lo que la serie y la película del universo están pensadas para comenzar su proceso de distribución en plataformas como netflix, hbo +, entre otras.

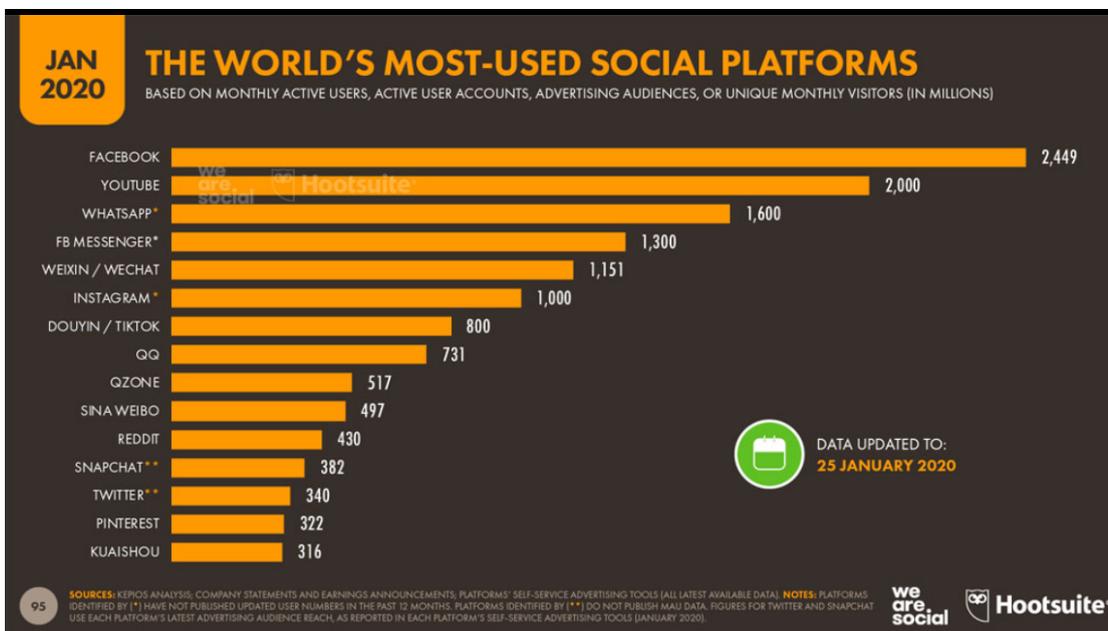
**Serie:** La serie será la introducción al universo fantástico, esta será de 3 temporadas de 8 episodios c/u de 40 minutos, será aquí donde la audiencia comience a empatizar tanto con los personajes como en sus historias.

**Película:** La película de 120 minutos será el relato que lleve la inserción de las hijas de la luna a los videojuegos.

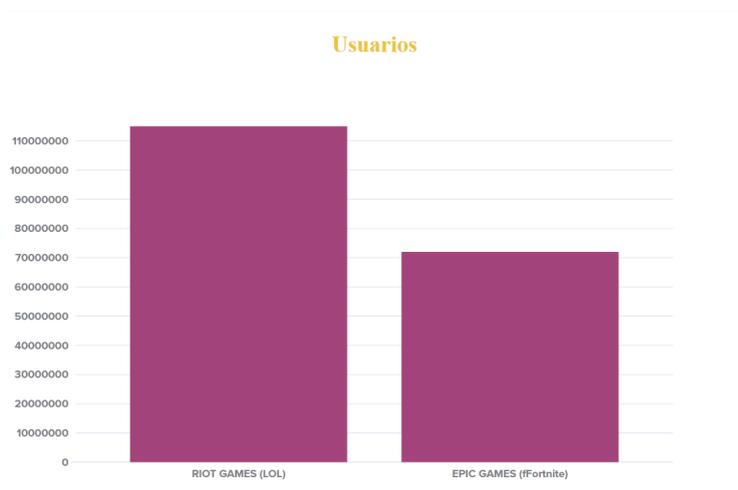


**Marketing, Merchandising, Making of:** Las redes sociales tendrán 2 instancias, en la primera serán para reproducir el teaser "Video introductorio al universo del proyecto, para difundirse por redes sociales en la campaña de expectativa. Construido por edición con material de las piezas que componen el transmedia", aquí se buscará llamar la atención de los consumidores, esto se aplicará para todos los relatos del universo, luego, en una segunda etapa, casi simultáneamente con la primera, las redes sociales se utilizarán tanto para promocionar Merchandising como para mostrar el making of de los actores y del proyecto, acercando a la audiencia a los personajes, actores y universo.

Las redes sociales a utilizar serán Facebook, Youtube e Instagram.



**Juego:** Se piensa en la inserción de personajes a empresas de juegos que tengan temática fantástica como LOL o VALORANT de Riot Games en donde sus personajes tienen estética fantástica y manipulan sus poderes, o en Fornite de Epic Games, este juego permitirá tener un evento sobre hijas de la luna, estos juegos plataforma multijugador cooperativo online, son quienes hoy lideran en las edades de 13 a 30, a raíz de esta inserción el espectador consumidor del universo podrá cumplir su rol de prosumidor y seguir creando contenido, y quienes no conozcan el universo comenzaran a interesarse e investigan dando con la serie, lo que finalmente los llevará a ser prosumidores.



## PLATAFORMAS Y CANALES

**Plataformas OTT:** Reproducción de serie y película Hijas de la luna.

**Facebook:** Noticias, fanfiction<sup>14</sup>, historias, retransmisión de eventos.

**Instagram:** Piezas gráficas, concept art<sup>15</sup>, detrás de escenas, preguntas, trivia, convocatorias ecológicas de los actores en stories.

**Youtube:** Compilados de actividades ambientales, trailer, teaser, preguntas y respuestas con actores. Transmisión de eventos físicos.

**Fortnite:** Inserción de todos los personajes en el juego desde un evento Hijas de la luna.

**League of Legends:** Inserción de 1 personaje para la liga de las leyendas.

**Valorant:** Inserción de 1 personaje para el shooter<sup>16</sup>.

<sup>14</sup> El término fanfiction o fan fiction (literalmente, "ficción de fans"), a menudo abreviado fanfic o simplemente fic, hace referencia a relatos de ficción escritos por fans de una obra literaria o dramática (ya sea película, novela, programa de televisión, videojuego, anime...)

<https://medium.com/espanol/qu%C3%A9-es-un-fanfiction-a9942d6321ae>

<sup>15</sup> De ahí su nombre en inglés: el significado vendría a ser "artistas del concepto". Es decir: aquellos que plasman visualmente las ideas que otras personas o equipos puedan tener. <https://www.esdip.com/blog-escuela-de-arte/concept-artist-cual-es-su-trabajo-y-como-convertirte-en-uno-de-ellos/>

<sup>16</sup> Shooter significa tirador y se relaciona con el género de acción donde el principal objetivo es matar a los enemigos de la mano de las armas de fuego y disparando.

## DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA CONSTRUCCIÓN DE SERVICIOS

### Redes Sociales:

Las redes sociales se utilizaran en su forma base que será la reproducción de teaser<sup>17</sup> de universo, serie, película y, en su determinado momento, teaser de inserción de personajes a los juegos.

Uno de los conceptos claves de las hijas de la luna es que para hacer transmedia no es necesario crear hacia dentro del Universo, sino que las actividades ecológicas y ambientales serán la jugada social. Las hijas de la luna invitarán a los usuarios a ayudarlas a salvar el mundo, para esto existen los desafíos ecológicos en los cuales los fans competirán realizando limpiezas de playas, ríos, reciclaje, etc. Los equipos ganadores podrán recibir desde la visita de uno de sus personajes amados hasta kits completos de merchandising<sup>18</sup> de hijas de la luna.

Las redes sociales también se utilizaran para la visibilización de eventos ambientales llevados adelante bajo el lema de hijas de la luna en los cuales habrá bandas, colectas a la caridad y talleres ecológicos.

Será el lugar donde los espectadores podrán participar de trivias, encuestas, votaciones, desafíos ecológicos en los cuales los prosumidores serán premiados, podrán además ver y comprar merchandising.

Por otra parte se subirá todo el contenido de making of<sup>19</sup>, podrán aparecer tanto actores como equipo técnico, el espectador podrá ver cómo se filman escenas de hijas de la luna, cómo se desarrollan los personajes para videojuegos, etc.

### Plataformas OTT:

El espectador verá la serie y la película de las hijas de la luna. La serie tendrá un formato de un capítulo semanal para buscar que el espectador consuma durante la semana el contenido de redes. En cuanto a la película se podrá ver en la plataforma ott pero esta tendrá su aspecto inclusivo lo que quiere decir que se podrá ver en el cine, o en otras plataformas.

### Plataformas de Juegos:

El usuario interactúa directamente con los personajes, los puede manipular y elegirlos a su gusto.

<sup>17</sup> También, en el ámbito de los videojuegos, se suele usar la técnica teaser y la intención es la misma que se emplea para el cine o para la promoción de productos y servicios, generar expectativa en los consumidores y anticipar algún estreno inminente.

<sup>18</sup> Conjunto de productos publicitarios para promocionar un artista, un grupo, una marca, etc.

<sup>19</sup> En el cine, el término inglés making-of (traducido como cómo se hizo, así se hizo, tras las cámaras o tras cámara) es un vídeo documental que muestra cómo fue la producción de una película o un programa de televisión, pero que también se puede aplicar a otras obras como videojuegos.

**EPIC GAMES(Fortnite):** Hijas de la luna tendrá su propio evento, set skin<sup>20</sup> para arma, mochila con los compañeros ancestrales, personajes hijas de la luna y evento hijas de la luna, donde los jugadores podrán experimentar con los poderes en el Modo Energía lunar.

**RIOT GAMES(LOL):** Inserción de 1 personaje, Tea o Min quiénes serán los personajes más importantes del universo. Splash Art, video presentación de personaje (ejemplo: El personaje real se convierte en una animación para ingresar a la league of legends) Skin de personajes en base a avances del universo hijas de la luna, Icono de invocador. Incluso pensando en la expansión desde el mismo universo de LOL podríamos hasta pensar en incluir a Diana (personaje de LOL) en el universo como nexo entre ambos mundos.

**RIOT GAMES(Valorant):** Inserción de 1 personaje. Min o Tea quienes serán los personajes más importantes del universo. Splash Art<sup>21</sup>, Spray, set skin de armas y personaje con poderes para el shooter. Video Promocional.



Ref TEA: Nut  
Art by Riccardo Gualdi

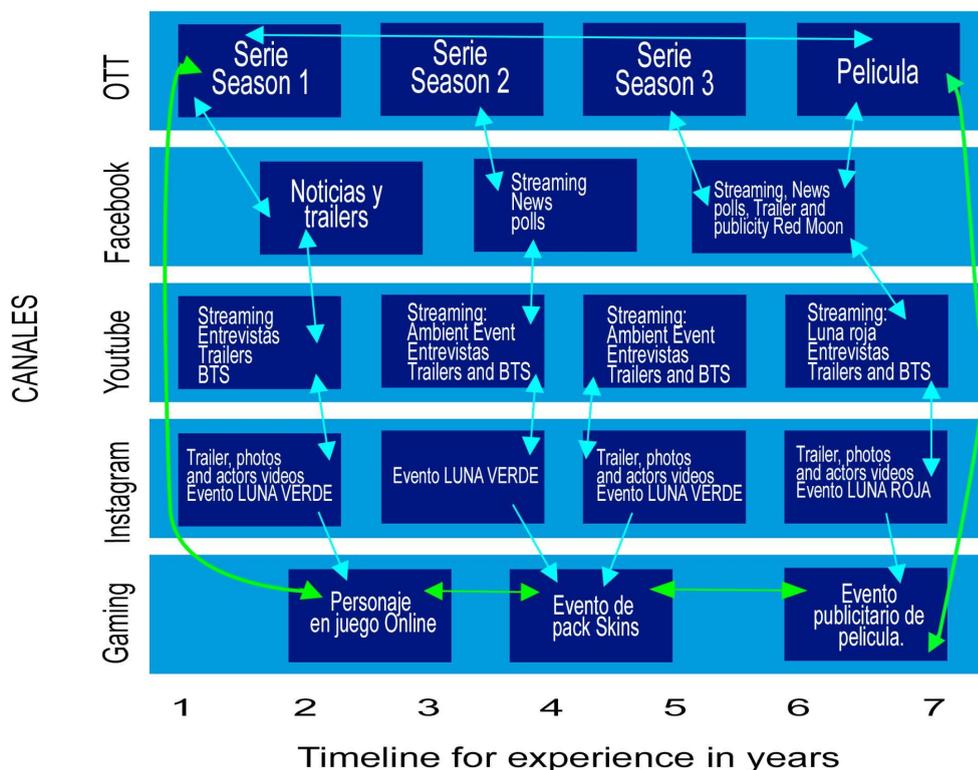


Ref MIN: Old God  
Artwork by mist XG

<sup>20</sup> La skin hace referencia a la apariencia de un personaje de videojuego o sus armas. En muchos de los videojuegos tenemos la posibilidad de cambiar la vestimenta de nuestro personaje a nuestro agrado para hacerlo diferente a los demás. Pues esto es la skin, el aspecto físico que tiene un personaje del videojuego. <https://www.geekno.com/glosario/skin>

<sup>21</sup> Son referencias e ilustración de dibujos que realizan los diseñadores, artes e digital por parte de la empresa. Que realiza el ambiente de parte dentro de personaje o un objeto. ... Se debe pensar en que personaje y ambiente según rol que cumpla para hacer los primeros pasos de diseño de splash art. [https://aminoapps.com/c/league-of-legends-en-espanol/page/blog/antes-y-despues-de-splash-art/MQj7\\_oDYckugPNYz7Z35n3wJRprVPjWgpbx](https://aminoapps.com/c/league-of-legends-en-espanol/page/blog/antes-y-despues-de-splash-art/MQj7_oDYckugPNYz7Z35n3wJRprVPjWgpbx)

## VIAJE DEL USUARIO



## INTERFAZ Y MARCA

Es importante la aplicación de un marketing consciente<sup>22</sup> que acompañe la situación social y ambiental que está viviendo el planeta actualmente.

Utilizar las tendencias actuales y generar espacios para los pueblos originarios mencionados en el universo Hijas de la Luna. Estos pueblos no solo generarán un mayor impacto social, sino que ampliará la economía local y expandirá las culturas y cosmovisiones<sup>23</sup> de distintos rincones del planeta.

Así mismo las propuestas de publicidad<sup>24</sup> ambiental reforzarán el universo y el llamado a la acción<sup>25</sup> de los ejes conceptuales para los usuarios. Se podrán hacer acuerdos con marcas

<sup>22</sup> El Marketing Consciente es una herramienta honesta que te permite conseguir resultados respetando los ritmos de las personas. Es un tipo de marketing que te ayuda a llegar al corazón de tus clientes mientras sigues siendo fiel a tu esencia. <https://barb.coach/marketing-consciente/que-es-marketing-consciente-y-como-puede-ayudarte/#:~:text=QU%C3%89%20ES%20EL%20MARKETING%20CONSCIENTE,siendo%20fiel%20a%20tu%20esencia.>

<sup>23</sup> Manera de ver e interpretar el mundo.

<sup>24</sup> Divulgación de noticias o anuncios de carácter comercial para atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, etc. <https://dle.rae.es/publicidad>

<sup>25</sup> Una llamada a la acción (o CTA) son aquellas palabras o elementos gráficos que indican al usuario lo que quieres que haga. Usándolas, tus ratios de conversión aumentarán. <https://www.wanatop.com/llamadas-a-la-accion-en-redes-sociales/>

ecológicas mundiales como Adidas, Nike, etc o marcas locales como en el caso de Argentina la marca Puro.

Aquí se podrá crear indumentaria ecológica promovida por hijas de la luna y sus actores, quienes tendrán un gran impacto en la sociedad, generando y alcanzando a aquellos consumidores y prousuarios conscientes sean parte del universo transmedia o simplemente consumidores ecológicos.

## **METAS**

### **Desde la perspectiva del usuario a través del Servicio**

- Lograr que la audiencia esté muy activa en redes sociales.
- Lograr el interés ecológico.
- Consiga que la audiencia se vuelva activa fuera de casa.
- Estimular la creación de contenidos.
- Lograr el conocimiento y visibilización de pueblos originarios.

### **Desde la perspectiva del Equipo creativo**

- Llegue a un grupo demográfico que le guste la Fantasía.
- Mejorar las habilidades del equipo.
- Sensibilización sobre problemas ecológicos, sociales y culturales.
- Aumentar la audiencia general.

### **Económico**

- Comercial: Generación de ingresos desde la temporada 1 de la serie.
- Beneficios sociales: elevar la conciencia social sobre el cuidado del medio ambiente y empatía frente a los pueblos originarios, su poder ancestral y su conexión con la naturaleza.
- Experimental: Tipo de proyecto en el que el transmedia tratará de sacar a la audiencia de sus hogares para realizar actividades ecológicas y conciencia social.

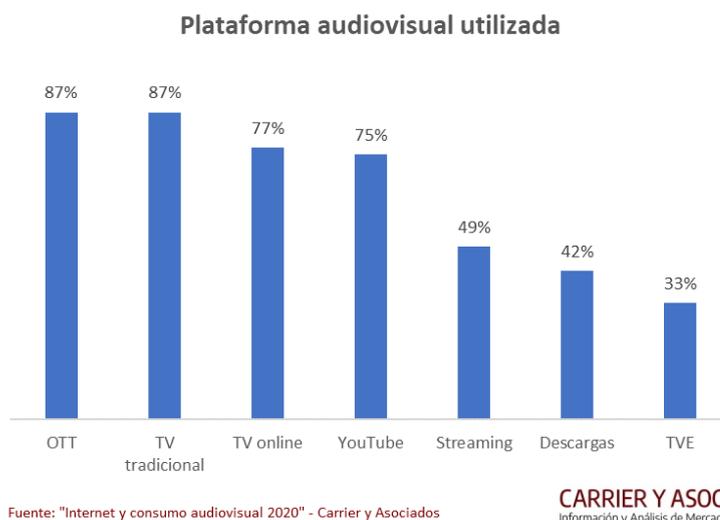
## Indicadores de éxito

El primer indicador, y el más valioso, es pensar en la articulación de problemáticas ambientales con fantasía, llevado adelante por 9 chicas, hijas de la luna, quienes son de 9 lugares del mundo distintos; Alemania, Australia, África, Siberia, Brasil, Argentina, México, China, Hawai, esto nos otorgará un fandom mundial<sup>26</sup>.

Hijas de la luna está pensado bajo las estadísticas de mercado actuales, y la narrativa está pensada en la actualidad/futuro cercano, por lo que la audiencia quedará interesada rápidamente.

## Necesidad del usuario

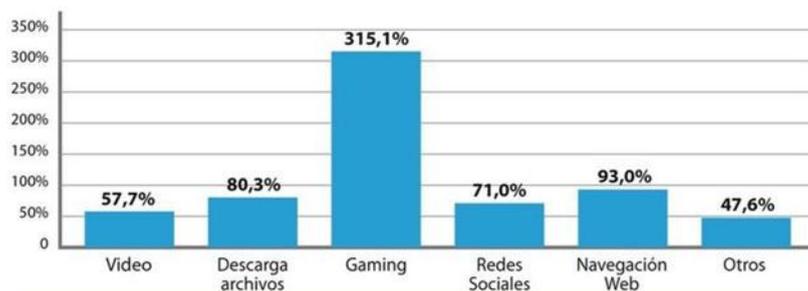
La pandemia Covid 19 dejó en claro que tanto el audiovisual como el mundo gaming son esenciales a la hora de comunicar y entretener



<sup>26</sup> Fandom, palabra de origen inglés que proviene de la contracción de fanatic kingdom (Reino Fan) que se refiere al conjunto de aficionados a algún pasatiempo, persona o fenómeno en particular. <https://medium.com/espanol/diccionario-friki-para-dummies-qu%C3%A9-es-un-fandom-aa105c3302c3>

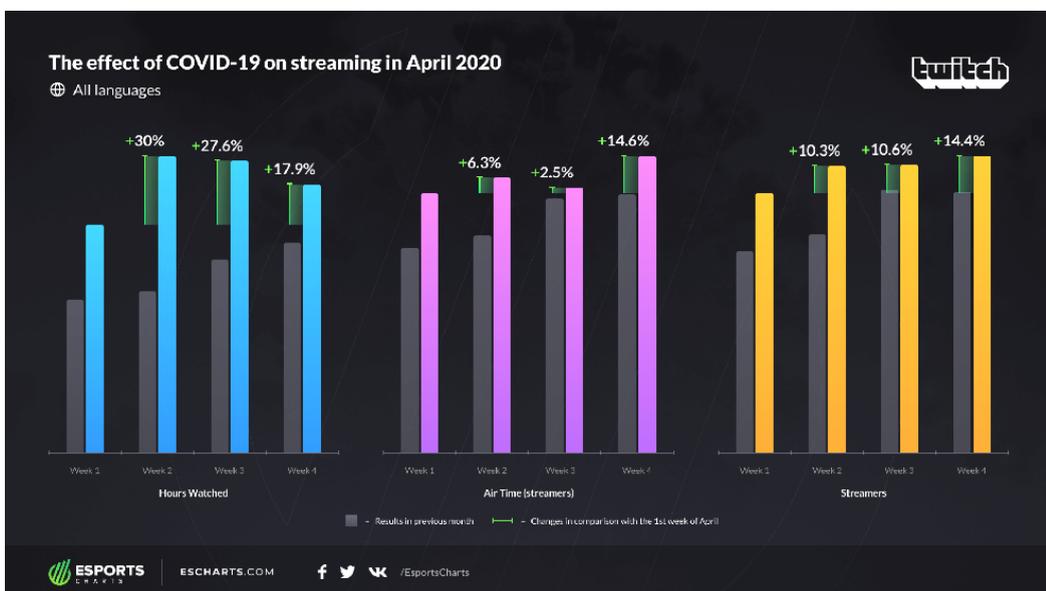
### Aumento de tráfico de Internet en cuarentena

Fijo: variaciones 2019/2020 marzo/julio



Fijo	Video	Descarga archivos	Gaming	Redes Sociales	Navegación	Otros	Total
Marzo - julio 2019	2.315.306	169.056	18.895	244.221	572.479	440.814	3.760.772
Marzo - julio 2020	3.651.424	304.807	78.425	417.507	1.105.002	650.615	6.207.780
Variación	57,7%	80,3%	315,1%	71,0%	93,0%	47,6%	65,1%

\*Cifras en Terabytes.



Hijas de la luna propone ser ese respiro esperanzador que el público necesita, tanto como la representación y resolución de problemáticas ambientales, sociales e ideológicas.

El público busca escapar de la realidad pero también quiere verla, es por eso que tratar temas tan sensibles y complejos desde el género fantástico será nuestro punto fuerte.

El espectador desea volver a la normalidad, salir de sus casas, es este espectador quien vio mediante audiovisuales resurgir la naturaleza sin los humanos, por lo que los desafíos ecológicos serán la motivación ideal de nuestro público para reencontrarse con la naturaleza.

## **Público objetivo y marketing**

Debido a la irrupción de las nuevas tecnologías y los medios digitales, hubo un cambio de paradigma, este cambio nos explica que la audiencia ahora tiene una cantidad notable de herramientas de participación dentro de nuestro universo, es por eso que el término audiencia ha cambiado a usuario o prod usuarios *“Las nuevas audiencias transformadas en prod usuarios se sitúan en el centro de la cadena de producción. Son un elemento determinante. Se trata de un público activo, que se informa, opina, escucha recomendaciones, recomienda, influye y genera contenido. Además, busca la pertenencia a una comunidad que lo identifique. Surgen así nuevos modelos informales de medición que están desbancando a los viejos y costosos estudios de audiencias, como el mindshare, 10 que cuantifica la cantidad de conversaciones o menciones en foros, medios electrónicos o redes sociales respecto de un tema, contenido o producto. Para los productores de contenido, estas mediciones son la nueva moneda de cambio frente a marcas, anunciantes, auspicios y otras formas de financiación”*(Fernando Acuña, Alejandro Caloguere, 2012, Guía Para La Producción Y Distribución De Contenidos Transmedia Para Múltiples Plataformas)

Teniendo en cuenta esto, podemos decir que la segmentación del público sufrió un gran cambio, por lo que el Universo Transmedia Hijas de la Luna se enfocara en sus prod usuarios, este público tiene una segmentación etaria de entre 16 a 50 años, pero, la principal segmentación se dará por gustos ¿Que significa esto? Los prod usuarios tendrán sus gustos en el género fantástico, el drama y la ciencia ficción , tendremos en cuenta algunos audiovisuales como Avatar, Bright, Las crónicas de Narnia, Harry Potter, y juegos como League of Legends, Valorant, etc.

Podemos decir que el prod usuario de este universo será ATAWAD (Any Time, Anywhere, Any Device)/ Multitasking, leerá blogs, tweets y participa en grupos de fandom del universo en redes sociales, cuenta no solo con smartphone sino también con computadora y televisión, podrá estar conectado al universo cuando y como quiera.

Podemos identificar 5 estados por los que pasará el prod usuario en el recorrido por el universo.

**“Estado 1 – El usuario consume contenido.**

**Estado 2 – El usuario interactúa con el contenido.**

**Estado 3 – Interacciones individuales en la red como agregados.**

**Estado 4 – Interacciones individuales en la red como uso social.**

**Estado 5 – Los usuarios se entregan socialmente”**(Fernando Acuña, Alejandro Caloguere, 2012, Guía Para La Producción Y Distribución De Contenidos Transmedia Para Múltiples Plataformas)

Nuestro universo identificara a su público en 3 grandes bloques:

**Usuario 1** Nuestro usuario ideal (El Fandom, ahora nuestro produsuario)

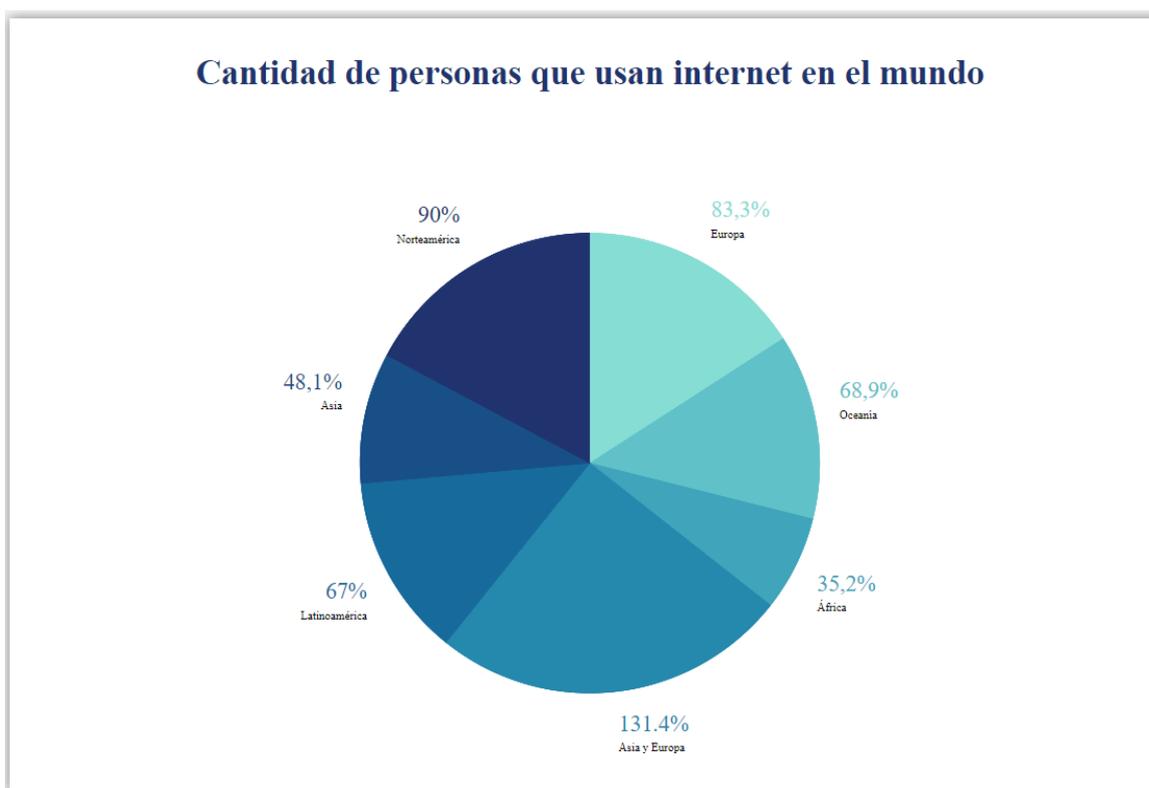
**Usuario 2** El Cinéfilo

**Usuario 3** The Gamer

## Modelos de negocio

1- Cantidad de personas que usan internet en el mundo, las cifras estarán en millones.(año 2020)

Continente	Cantidad Cuantitativa	Porcentaje
Europa	727,85	83,3%
Oceanía	28,92	68,9%
África	566,14	35,2%
Asia y Europa	1126,44	65,7%
Latinoamérica	467,82	67%
Asia	2.525,03	48,1%
Norteamérica	332,91	90%



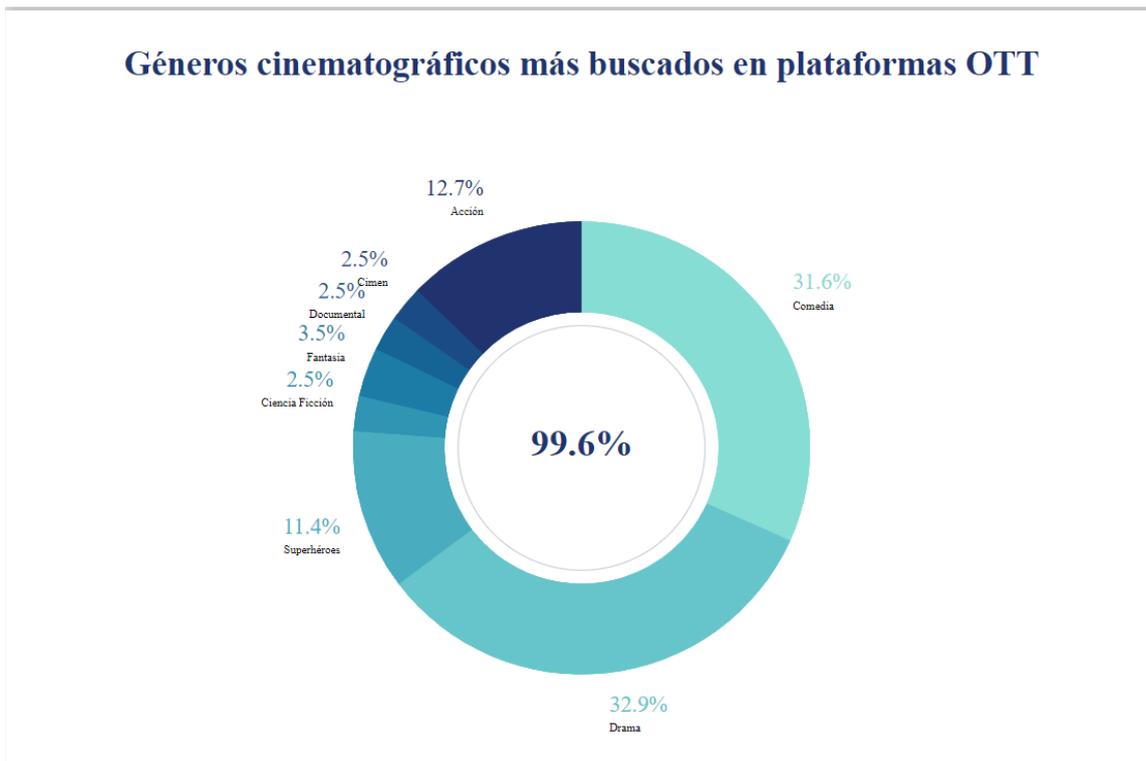
<https://www.trecebits.com/2018/05/19/mas-de-4-000-millones-de-personas-con-acceso-a-internet-aunque-mal-repartidas/>

<https://branch.com.co/marketing-digital/situacion-digital-de-los-estados-unidos-en-el-2020-2021/>

<https://www.statista.com/statistics/265147/number-of-worldwide-internet-users-by-region/>

2- ¿Qué géneros cinematográficos son los más buscados en plataformas OTT?

Los datos estadísticos estarán centrados en plataformas OTT, cabe destacar que nuestro universo es de género fantasía, drama , ciencia ficción.



<https://lanetaneta.com/que-generos-de-peliculas-y-television-se-desempenan-bien-en-el-top-10-de-netflix/>

<http://www.scielo.org.pe/pdf/rcudep/v18n2/2227-1465-rcudep-18-02-3.pdf>

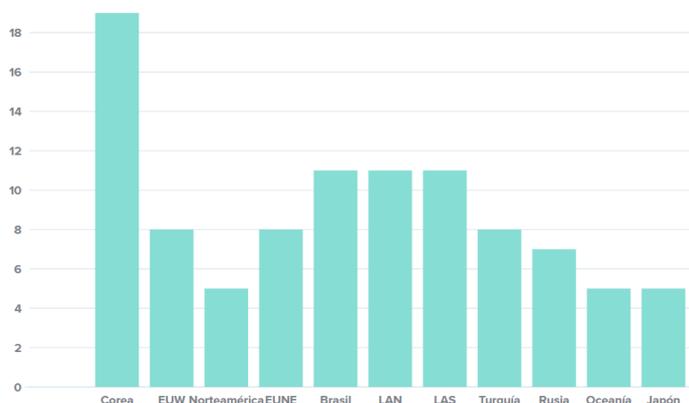
<https://repositorio.udesa.edu.ar/jspui/bitstream/10908/16602/1/%5BP%5D%5BW%5D%20T.L.%20Com.%20Rodrigo%20Gil%20Buetto.pdf>

<https://es.statista.com/estadisticas>

## 3- Cantidad de personas en el mundo que juegan (Riot Games)

Servidor	Cuentas	Bronce +	Porcentaje
Corea	19.822.124	3.844.276	19,3%
EUW	34.830.785	2.945.849	8,45%
Norteamérica	27.889.684	1.505.956	5,39%
EUNE	18.428.816	1.501.028	8,14%
Brasil	11.488.731	1.300.561	11,3%
LAN	6.798.119	749.996	11%
LAS	6.052.414	700.835	11,5%
Turquía	7.727.140	638.199	8,12%
Rusia	4.888.207	192.454	7%
Oceanía	53,259,601	162.382	5,91%
Japón	1.736.489	93.352	5,3%
TOTAL	142.409.412	13.634.888	9,57%

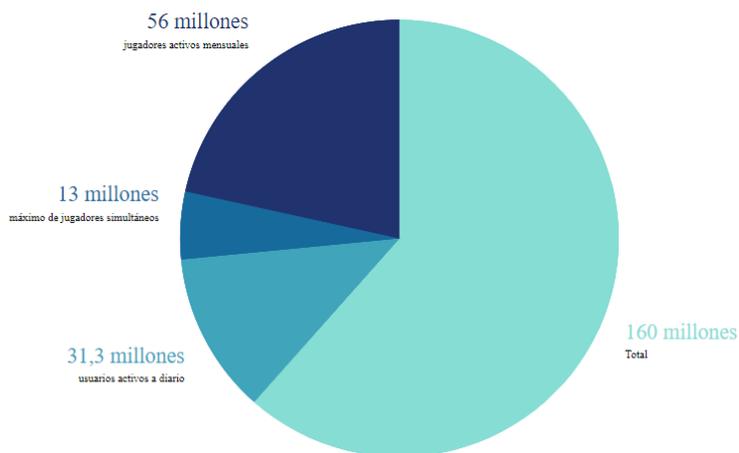
Cantidad de personas en el mundo que juegan (Riot Games) por servidores



<https://es.millennium.gg/noticias/37261.html>

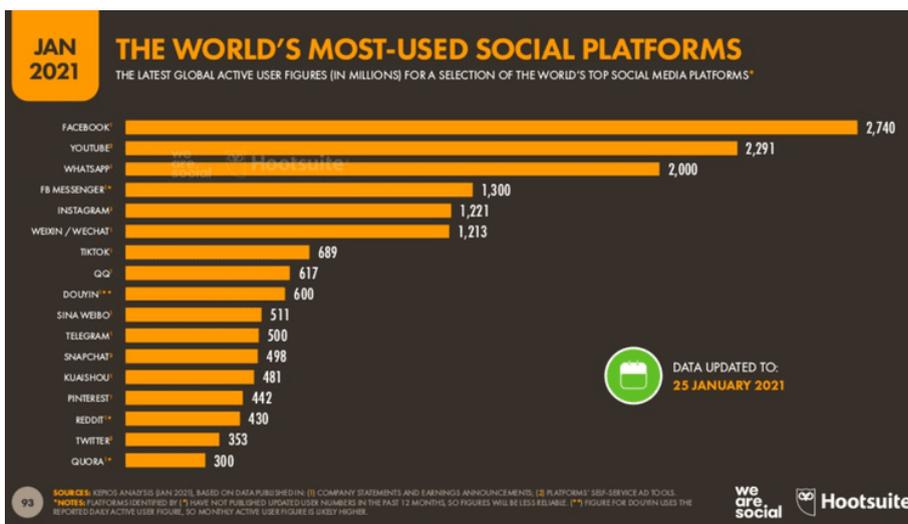
#### 4- Cantidad de personas en el mundo que juegan (Epic Games)

### Cantidad de personas en el mundo que juegan (Epic Games)



<https://www.epicgames.com/store/es-ES/news/epic-games-store-2020-year-in-review?lang=es-ES>

#### 5- Cantidad de personas que usan redes sociales



<https://marketing4ecommerce.net/cuales-redes-sociales-con-mas-usuarios-mundo-ranking/>

1-Teniendo en cuenta la cantidad total de población mundial y la cantidad total de población que posee internet, podemos decir que el 86,32% de la población mundial posee internet.

2-Teniendo en cuenta el porcentaje de personas que poseen internet en el mundo, podemos decir que el 14,48% buscará ver los géneros del universo Hijas de la Luna.

3-Teniendo en cuenta el porcentaje de personas que poseen internet en el mundo, podemos decir que el 11,08% juega en Riot Games.

4-Teniendo en cuenta el porcentaje de personas que poseen internet en el mundo, podemos decir que el 2,73% juega en Epic Games.

5-Teniendo en cuenta el porcentaje de personas que poseen internet en el mundo, podemos decir que el 26.83% usa Facebook, Youtube e Instagram.

**Teniendo entonces estas cifras, podemos decir que, el 15,96% de la población mundial que posee internet podrá ser usuario de Hijas de la Luna, en datos cuantitativos expresados en millones serían 1,250(Mil doscientos cincuenta millones) de usuarios en todo el mundo.**

**Modelo de Negocio Canva<sup>27</sup>**



<sup>27</sup> Gráfico Modelo de Negocio CANVA (El Modelo Canvas es una herramienta para definir y crear modelos de negocio innovadores que simplifica 4 grandes áreas: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica en un recuadro con 9 divisiones.)<https://www.iebschool.com/blog/que-es-el-modelo-canvas-y-como-aplicarlo-a-tu-negocio-agile-scrum/>

## Proyección económica

**Todos los precios de esta proyección estarán en dólares y millones.**

### Cantidad de personas que ven series y películas en Plataformas OTT

560 millones de suscriptores en todo el mundo, representan el 8.27% de la población mundial que posee internet y utiliza plataformas OTT, entonces en un aproximado cada suscripción es de 7 dólares al mes, podemos decir que teniendo en cuenta el porcentaje de personas que buscará a hijas de la luna en plataformas OTT será de 10.48%, en datos cuantitativos serán **58.6 millones** de personas, si estas personas se suscriben serán **410.816.000 dólares por mes y 4.929.792.000 por año.**

<https://www.xataka.com/seleccion/28-plataformas-streaming-suscripcion-para-sacarle-s-partido-verano>

<https://plataformas.news/ott/nota/los-svod-protagonistas-de-esta-epoca#:~:text=En%20total%2C%20el%20n%C3%BAmero%20de,mundo%2C%20seg%C3%BAn%20datos%20de%20Omdia.>

### Cantidad de jugadores que compraran skin o pase de batalla del universo.

La cantidad de usuarios que compran skins o pases en los juegos son aprox el 68,8%,entonces teniendo en cuenta la cantidad de personas que juegan en el mundo podemos decir que el 3,45% de los usuarios compraran skin o pase de hijas de la luna, esto serian 223.392.500 personas.

[https://www.clarin.com/tecnologia/cuanta-plata-gastan-jugadores-fornite-juego-momento\\_0\\_SyH4NpXMm.html](https://www.clarin.com/tecnologia/cuanta-plata-gastan-jugadores-fornite-juego-momento_0_SyH4NpXMm.html)

Objeto	Precio Unitario	Precio Total por cantidad de Usuarios
Skin	USD 5.00	USD 1.166.962.500
Paquete o pase de batalla	USD 21.00	USD 4.901.242.500

## Merchandising

El universo tendrá la versatilidad de adaptarse a los pedidos del fandom mientras que estos cumplan con la línea conceptual del universo Hijas de la Luna, “**La magia ancestral salvará al mundo**” de esta premisa y sus ejes conceptuales, desprende una lista que nos permitirá mostrar el alcance y las posibilidades de merchandising.

Ejes Conceptuales: Cuidado del medio ambiente, Pueblos originarios, energía ancestral.

### Merchandising en base a categorías conceptuales.

#### Astrología:

- Cartas de tarot
- Bijouterie Hijas de la Luna y piedras con sus respectivos usos en gemoterapia
- Péndulos, collares, anillos, piedras propiedades curativas, pulseras, relojes, collares, aros
- Accesorios personales de cada hija de la luna
- Set de piedras mágicas
- Aplicación de piedras mágicas y lectura de carta astral.

#### Astronomía:

- Libros de fases lunares con accesorios
- Carta astral de la luna.
- Telescopios.

### Merchandising general

- Accesorios gamer
- Lámparas con las fases de la luna
- Línea de ropa ecológica
- Zapatillas ecológicas
- Peluches/Figuras de acción de los compañeros ancestrales
- Figuras acción hijas de la luna

#### Astrología:

Objeto	Precio Unitario	Precio Total por cantidad de Usuarios
Cartas de tarot	USD 58.50	USD 73.125.000.000

Link de referencia:

[https://www.etsy.com/listing/890302371/official-luna-soleil-tarot-deck-78-cards?ga\\_order=most\\_relevant&ga\\_search\\_type=all&ga\\_view\\_type=gallery&ga\\_search\\_query=tarot+cards&ref](https://www.etsy.com/listing/890302371/official-luna-soleil-tarot-deck-78-cards?ga_order=most_relevant&ga_search_type=all&ga_view_type=gallery&ga_search_query=tarot+cards&ref)

[=sc\\_gallery-1-1&plkey=1e3ecdece521a950d53aa4148e96755d52b9d58b%3A890302371&pro=1&col=1](https://www.etsy.com/listing/772792444/the-moon-manifestation-diary-lunar?ga_order=most_relevant&ga_search_type=all&ga_view_type=gallery&ga_search_query=Book+with+moon+phases+and+accessories+price&ref=sc_gallery-1-3&plkey=272272b030a04339dde712550c0ff04a4247fe92%3A772792444)

### **Astronomía:**

Objeto	Precio Unitario	Precio Total por cantidad de Usuarios
Libros de fases lunares con accesorios	USD 39.83	USD 43.787.500.000

Link de referencia:

[https://www.etsy.com/listing/772792444/the-moon-manifestation-diary-lunar?ga\\_order=most\\_relevant&ga\\_search\\_type=all&ga\\_view\\_type=gallery&ga\\_search\\_query=Book+with+moon+phases+and+accessories+price&ref=sc\\_gallery-1-3&plkey=272272b030a04339dde712550c0ff04a4247fe92%3A772792444](https://www.etsy.com/listing/772792444/the-moon-manifestation-diary-lunar?ga_order=most_relevant&ga_search_type=all&ga_view_type=gallery&ga_search_query=Book+with+moon+phases+and+accessories+price&ref=sc_gallery-1-3&plkey=272272b030a04339dde712550c0ff04a4247fe92%3A772792444)

### **Merchandising general**

Objeto	Precio Unitario	Precio Total por cantidad de Usuarios
Peluches/Figuras de acción de los compañeros ancestrales	USD 23.76	USD 29.700.000.000
Funko Pop de los compañeros ancestrales	USD 4,00	USD 5.000.000.000

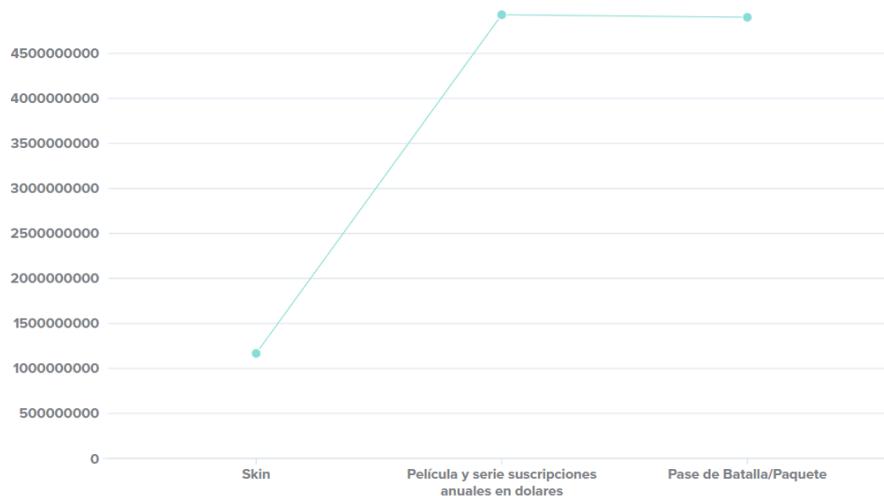
Link de referencia:

[https://www.etsy.com/listing/1033418513/hot-145-37cm-anime-cartoon-cardcaptor?ga\\_order=most\\_relevant&ga\\_search\\_type=all&ga\\_view\\_type=gallery&ga\\_search\\_query=kero+cardcaptor+sakura+plush+or+action+figure&ref=sr\\_gallery-1-5&organic\\_search\\_click=1&pro=1&frs=1](https://www.etsy.com/listing/1033418513/hot-145-37cm-anime-cartoon-cardcaptor?ga_order=most_relevant&ga_search_type=all&ga_view_type=gallery&ga_search_query=kero+cardcaptor+sakura+plush+or+action+figure&ref=sr_gallery-1-5&organic_search_click=1&pro=1&frs=1)

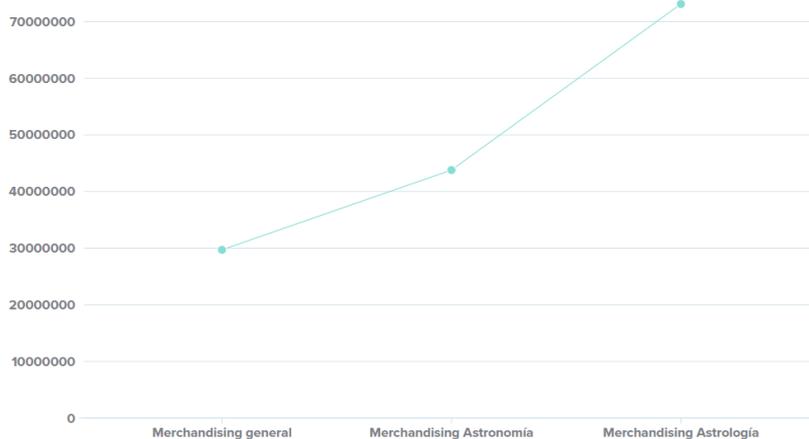
[https://www.etsy.com/listing/996921446/funko-pop-protectors-sergoria-pop?ga\\_order=most\\_relevant&ga\\_search\\_type=all&ga\\_view\\_type=gallery&ga\\_search\\_query=funko+pop&ref=sc\\_gallery-1-10&plkey=d093d52e172f8817a93e342c8f90a71e5d8e3a3b%3A99692144](https://www.etsy.com/listing/996921446/funko-pop-protectors-sergoria-pop?ga_order=most_relevant&ga_search_type=all&ga_view_type=gallery&ga_search_query=funko+pop&ref=sc_gallery-1-10&plkey=d093d52e172f8817a93e342c8f90a71e5d8e3a3b%3A99692144)

## Proyección económica final

### Proyeccion economica Hijas de la Luna



### Proyección económica Hijas de la Luna



**Derechos de autor, propiedad intelectual y licencias**

Marcia Villalba directora y Melanie Alvarez productora de Hijas de la Luna, conservan los derechos de la biblia transmedia patentados en Derecho Nacional de Autor de la República Argentina.

El derecho de propiedad intelectual se encuentra a nombre de Marcia Villalba en un 60% y a nombre de Melanie Alvarez en un 40% del total de la obra.

En caso de venderse, cada uno de los propietarios de la obra seguirá siendo dueño de un 10% del proyecto y por ello también será dueño del 10% de la retribución económica, este porcentaje puede modificarse al acceder a contratar a uno de los propietarios para el desarrollo final del proyecto.

Queda por escrito que una copia del desarrollo de la Biblia Transmedia Hijas de la Luna tanto como su Pressbook debe quedar para la carrera Licenciatura en Diseño Artístico Audiovisual, Universidad Nacional de Río Negro Patagonia Argentina, todos los alumnos podrán acceder libremente a este contenido como modo de ejemplo.

**En caso de copia, plagio o mal uso del material se tomarán acciones legales.**

### **Bibliografía Narrativa/Creativa**

1. Del Teso, Pablo (2011), Laboratorio para desarrollo de proyectos audiovisuales - La Plata - ENERC - Nobuko.
2. Guillermo del Toro (2015) - Argentina - Entrevista a Diario El País  
[https://elpais.com/cultura/2015/10/01/actualidad/1443716982\\_394992.htm](https://elpais.com/cultura/2015/10/01/actualidad/1443716982_394992.htm)  
!
3. Cantalops, José Alejandro Vázquez, (2018), escritor de ciencia ficción y fantasía. Ingeniero industrial y profesor de Ergonomía en la Universidad de Las Tunas, Cuba. <https://anomander.cubava.cu/>
4. Herrero Cecilia , Juan (2016) Sobre los aspectos fundamentales de la estética del género fantástico y su evolución desde lo fantástico romántico a lo fantástico posmoderno - Francia - Cedille.
5. LUIS CIFUENTES (2018) (Lic. en Marketing) Entrevista para Revista Estrella.
6. Scolari, Carlos ( 2013). Narrativas Transmedia - Barcelona - DEUSTO
7. Carlos Scolari ( 2015) - Revista el Cactus (Entrevista)
8. PALACIO, Manuel, “La noción de espectador en el cine contemporáneo”, en PALACIO, Manuel; ZUNZUNEGUI, Santos. Historia general del Cine. Volumen XII. El cine en la era del audiovisual, Cátedra, signo e imagen, Madrid, 1995, pp.69-101.
9. Greimas, A. J.; Courtés, J. (1986). Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage. Francia: Hachette.

### **Narrativas Transmedia**

1. Carlos A. Scolari,2013,NARRATIVAS TRANSMEDIA Cuando todos los medios cuentan,Centro Libros PAPF, S.L.U., 2013
2. How to Write a Transmedia Production Bible - Gary P. Hayes
3. Fernando Acuña-alejandro Caloguerea,2012,Guía Para La Producción Y Distribución De Contenidos Transmedia Para Múltiples Plataformas,Facultad De Comunicaciones, Pontificia Universidad Católica De Chile.

### **Mercado Audiovisual General**

1. Pis Diez, E. y García, F. Diciembre de 2014. El desarrollo del mercado audiovisual en Argentina: una industria de exportación. Palabra Clave 17 (4), 1137-1167. DOI:10.5294/ pacla.2014.17.4.7
2. Universidad Complutense de Madrid (UCM),Marketing aplicado a los medios audiovisuales
3. Joel Pérez Pérez,2016,Creando universos en la narrativa transmedia.
4. José G. Jacoste Quesada,2: Edición revisada, febrero 2004,EL PRODUCTOR' CINEMATOGRAFICO
5. Lorena Blanco,2020,OBSERVATORIO AUDIOVISUAL FILMANDES,Mercado Digital de Productos Audiovisuales 2020
6. Informe anual del sector de los Contenidos Digitales en España 2019 (Audiovisual, cine, video, música, publicaciones, videojuegos y publicidad online),gobierno de españa.
7. Dr. José María Benito Garcia,Junio 2014,El nuevo escenario del mercado audiovisual: un análisis prospectivo de un sector en crecimiento,Mediterránea

### **Plataformas OTT (Over The Top)**

1. Yolanda Hinojosa Bergillos-David López Delgado,Sevilla. Junio de 2018,ESTUDIO DE LAS PLATAFORMAS DE STREAMING,Facultad De Ciencias Económicas Y Empresariales Grado En Marketing E Investigación De Mercados.
2. Messuti, P. (2018). La nueva oferta audiovisual en las plataformas OTT (Over The Top): marcos normativos y generación de contenidos en red. 20vo Congreso REDCOM. Primer congreso latinoamericano de comunicación de la UNVM. Comunicaciones, poderes y tecnologías: de territorios locales a territorios globales. Villa María: Universidad Nacional de Villa María.
3. Enfoque Consumos Culturales,Marzo 2020,Consumo audiovisual streaming en Argentina.
4. OTI,Experiencia regulatoria de mercado de contenidos audiovisuales en américa latina
5. Noelia Araújo,José Antonio,Universidad de Vigo,Segmentación Del Mercado De Consumo Audiovisual.
6. Federico Pablo Martí-Carlos Muñoz Yebra,Algunas Reflexiones Sobre El Sector Audiovisual Desde La Perspectiva De La Economía Industrial.

7. Luis Ignacio Domingo Marcos, Valladolid, 16 de Julio de 2019, El consumo y las nuevas tecnologías: Netflix.
8. INFORME INCAA OAVA – OBSERVATORIO DE LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL DE ARGENTINA, Buenos Aires, noviembre de 2019.
9. Agustina Abalo, Buenos Aires, 07 de agosto de 2017, LOS FENÓMENOS DE NETFLIX Y CABLEVISIÓN ON DEMAND El crecimiento de Netflix y su competencia con la televisión tradicional. Universidad del Salvador.
10. Inés Martínez Pascual, Julio 2017, Análisis Y Diagnósticos Estratégicos De Netflix, Universidad de Cantabria
11. Tomás Jáuregui, Buenos Aires, mayo de 2015, Plataformas On Demand, la producción de contenido original y su modelo de negocios - El caso Netflix, Universidad de San Andrés .

#### **Webs consultadas**

1. <https://hipermediaciones.com/2017/03/02/el-translector-lectura-y-narrativas-transmedia-en-la-nueva-ecologia-de-la-comunicacion/>
2. <https://conceptodefinicion.de/fantasia/>
3. <https://www.youtube.com/watch?v=1FHtkn9hamk>

# **ANEXO**

## REFERENCIAS VISUALES

### Templo de la Luna



**Fuente:** Pinterest / Pin by Robert Simmons on Gamearts of Ecystudio | Fantasy landscape, Fantasy art landscapes, Environment concept art



**Fuente:** TEMPLE - concept art / Byzwa Dher



**Fuente:** Temple by dustycrosley / deviantart

## REFERENCIAS VISUALES DEL CONTEXTO

**Photograph:** Sebnem Coskun/2019 Ciwem environmental photographer of the year



**Photograph:** Dharshie Wissah/2019 Ciwem environmental photographer of the year



**Fuente:** by Philip Montgomery



**Fuente:**  
Rucio  
capucha, por  
@barraphoto  
en IG



Fuente: Ambas imagenes tomadas de tecnofilo.com

REFERENCIAS AUDIOVISUALES



Fate: The Winx Saga'



Chilling Adventures of Sabrina



Luna Nera



**The Shannara Chronicles**



**El ladrón del rayo (Percy Jackson y los dioses del Olimpo 1)**



**Final Fantasy: Advent Children VII**



**Origin: Spirits of the Past**

**REFERENCIAS VIDEOS JUEGOS**



**Ori and the Blind Forest**



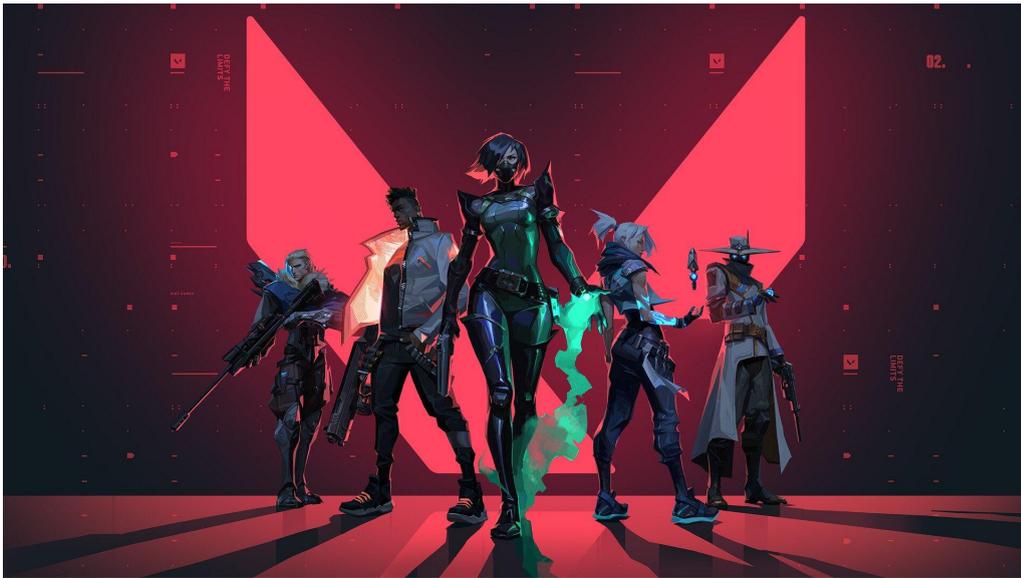
Mulaka



League of Legends / Riot Games



Overwatch



Valorant / Riot Games

